

**PROYECTO DE GRADUACION**  
Trabajo Final de Grado

**¿Seguimos influenciados por el arte?**

*“Reflexiones sobre las cualidades plásticas del diseño.”*

Herman Schuller  
Cuerpo B del PG  
14-09-12  
Diseño Industrial  
Proyecto Profesional  
Historia y tendencias



## Índice.

<b>Introducción.</b> .....	Pág. 1
<b>Capítulo 1. La inserción del diseño en el arte.</b> .....	Pág. 5
1.1 Origen del diseño como término y como disciplina.....	Pág. 6
1.1.1 El diseño y sus orígenes.....	Pág. 6
1.1.2 Arte e industria en el contexto de la Revolución Industrial.....	Pág. 9
1.1.3 El buen gusto y el ornamento: las primeras herramientas de comercialización. ....	Pág. 11
1.1.4 La transición: Art & Craft y Art Nouveau.....	Pág. 13
1.2 Las consecuencias del cambio de siglo.....	Pág. 16
1.2.1 La supresión del ornamento .....	Pág. 18
1.2.2 El racionalismo: Bau Haus, De Stijl y Ulm .....	Pág. 20
1.2.3 La influencia artística en la consolidación industrial.....	Pág. 23
1.3 ¿Por qué surge la polémica entre Arte y Diseño? .....	Pág. 26
<b>Capítulo 2. Clasificación según la ideología.</b> .....	Pág. 28
2.1 Según su función social.....	Pág. 29
2.2 Según su metodología.....	Pág. 32
2.3 Según el status o condición socioeconómica de su público.....	Pág. 34

<b>Capítulo 3. Clasificación según los recursos</b> .....	Pág. 38
3.1 La creatividad.....	Pág. 39
3.2 Los valores estéticos.....	Pág. 41
3.3 Los elementos configuracionales.....	Pág. 44
3.4 Las técnicas de representación y producción.....	Pág. 46
3.5 La experimentación.....	Pág. 48
<b>Capítulo 4. El diseño como objeto de contemplación artística</b> .....	Pág. 49
4.1 Cuando un objeto trasciende su función.....	Pág. 51
4.2 En busca del canon histórico.....	Pág. 54
4.3 La obsesión por la vida del autor y la autoría de sus obras.....	Pág. 56
4.4 Los museos de diseño.....	Pág. 60
4.5 Mercado y validación de la obra.....	Pág. 61
<b>Capítulo 5. Propuesta de diseño – aporte personal</b> .....	Pág. 64
5.1 Corrientes de diseño actuales.....	Pág. 65
5.1.1 Corriente técnica-productiva o de “hiperproductos”.....	Pág. 66
5.1.2 Corriente de diseño artístico o de “metaproductos”.....	Pág. 68
5.1.3 Corriente de diseño equilibrado o diseño “plástico”.....	Pág. 70
5.2 Orígen de la propuesta.....	Pág. 74

5.3 Premisas.....	Pág. 75
5.4 Desarrollo de producto: Mobiliario.....	Pág. 76
5.5 Detalles del producto.....	Pág. 79
<b>Conclusión.....</b>	<b>Pág. 82</b>

### **Listado de referencia bibliográfica**

### **Bibliografía**

## **Introducción.**

Este proyecto gira en torno al debate establecido hace ya muchos años acerca de la vinculación, o desvinculación, que existe entre las disciplinas de arte y diseño. Estará enfocado en las distintas posturas de referentes de ambas disciplinas, ya sea artistas, diseñadores, o aquellos que se ubican en el límite y hacen que esta polémica se siga renovando con ánimos de una respuesta definitiva.

Sin embargo, no se encargará simplemente de la comparación y contraposición de distintos aportes, sino que intentará de alguna manera esclarecer cuáles son los resultados de esta conexión a lo largo de la historia, y su resultado en el contexto actual, y que provecho pueden sacar una de la otra, independientemente de las diferencias que tengan en los marcos políticos, económicos y culturales de la sociedad.

Una mirada más profunda al conflicto debería considerar ciertas cuestiones que muchos autores parecen desmerecer, al referirse a la validación del diseño como parte integrante de las Bellas Artes, referidas a la Arquitectura, la Escultura y la Pintura. Lo concreto es que no hay razón por la cual una deba ser considerada parte o apéndice de la otra, ya que esto es lo que provoca ciertos resentimientos y recelos, y lo importante es que ambas puedan coexistir sin problema alguno, alimentando su evolución e intereses, más allá de su independencia.

Es importante descifrar las razones por las cuales dos disciplinas que se proclaman independientes y fundan sus raíces al igual que su desarrollo en la historia de la humanidad, aclarando que el arte es considerablemente más antigua que el diseño, comparten ciertos puntos y pueden contribuir en conjunto a la formación del ser contemporáneo en sociedad. Esto no sostiene ni deniega que sean independientes, sino que incentiva una reflexión consensuada de los profesionales integrantes de las disciplinas en cuestión para enriquecer su formación y transitar adecuadamente en una sociedad evolucionada que crece y cambia de una manera continua y exponencial.

En primera medida, se hará un breve recorrido histórico para introducir al lector en el tema, abordando específicamente la inserción del diseño en el arte durante los períodos posteriores a la Revolución Industrial, comprendido entre la segunda mitad del siglo XVIII y principios del XIX. Aquí se profundizará sobre el origen del diseño ligado a movimientos paralelos en la arquitectura, el arte y la unión de ambos, como aquellos definitorios del Art Nouveau, el Art & Craft, el Werkbund, la Bauhaus, De Stijl, siendo estos ejemplos sumamente pertinentes al tema central. La confección de una línea cronológica permitirá ir consolidando la relación entre el diseño y el arte, considerando tanto los factores que permitieron una conciliación entre las partes, como las que las distanciaron.

A lo largo de la historia, diseñadores y artistas intercambiaron sus roles, dificultando el reconocimiento de las fronteras disciplinares entre un área y otra. Iconos del diseño y el arte como Bruno Munari, Marcel Duchamp, Toulouse-Lautrec, Andy Warhol, entre otros; insertaron de alguna forma esta polémica entre los críticos de la época, que se fue alimentando desde el pasado hasta los días presentes, imposibilitando una lectura del todo clara acerca de las definiciones y resultados del mismo; o bien múltiples lecturas adyacentes.

Se citará a autores pertinentes con el afán de enfrentar y contraponer las opiniones y sugerencias de los mismos, para reflexionar y dar a entender cuáles son los principios que esta relación ha dejado en torno a la discusión, y como pueden beneficiarse las partes de lo acontecido, para enriquecer su propia historia y su evolución hasta el día de hoy. Se tomarán en cuenta escritos de Bruno Munari, artista y diseñador italiano; Tomás Maldonado, pintor, diseñador industrial y teórico del diseño argentino; Nikolaus Pevsner, teórico y crítico de la arquitectura; Herbert Read, pensador inglés, filósofo político y crítico del arte y la literatura; Otl Aicher, diseñador industrial y escultor alemán; y Bernd Lobach, diseñador industrial alemán; entre otros.

En los capítulos subsiguientes, se ampliará sobre las distintas cuestiones que hacen que ambas disciplinas tomen o consideren las mismas tareas básicas o herramientas de trabajo, -hoy en día la industria cuenta con numerosas herramientas y procesos tecnológicos que pueden ser utilizados para uno u otro fin-; y tenga acceso a los mismos contenidos teóricos para desarrollarse: como peso, color, volumen, materia, concepto, estudios sociológicos, etc. Esto sucede independientemente de que el fin sea diferente, considerando la función social que debe emerger como resultado del desarrollo de una idea. Individualizando estos aspectos que definen las bases de cada disciplina, se intentará clasificar y desarrollar de manera comparativa la información para identificar los puntos en común dentro de su ideología, metodología, función social, y recursos utilizados.

Se tratará también sobre fenómenos o condiciones actuales, como la creciente demanda de productos industriales que trascienden su función para ingresar al mundo de las artes y los museos, y por consiguiente los intereses que se generan alrededor de los autores de dichas obras. Esto, sin duda, es producto de la evolución y modificación cultural de estos tiempos. No es casual que el diseño comience a tomar un rol sumamente importante en la participación social, y existen numerosos ejemplos que dan cuenta de esto.

Todos estos aportes y citas contrapuestas de los autores que figuran en el párrafo anterior, de períodos históricos variados pero contemporáneos en su mayoría, serán de gran peso para ir nutriendo este proyecto, encadenando hechos históricos con fenómenos sociales acontecidos, en búsqueda de lo esencial: definir cuáles son los aportes del las artes al diseño, y en qué posición nos encontramos en la actualidad con respecto a esta vinculación.

Dentro de las corrientes modernas de diseño, será fundamental detectar cuáles son las que más se acercan al mundo artístico, determinando las causas de estas



congruencias y ejemplificando; y cuáles se han ido desvinculando del arte para encontrar sus propias consideraciones teóricas y prácticas. Sin duda, estamos en presencia de un mayor número de corrientes o movimientos alternativos, tal como a lo largo de la historia, que han sido impulsados por el desarrollo de los medios de comunicación y la demanda global que se genera a partir del traslado del mercado a la web.

Este proceso de desarrollo e investigación debería resolver las preguntas que se plantean inicialmente como objetivos principales y secundarios:

¿Será cuestión de tiempo hasta que el diseño pueda ser considerado un arte?; ¿Pueden convivir mas allá de sus disparidades o congruencias?; ¿Qué aporte real ha dejado el arte en la formación de la historia del diseño?; ¿Cuáles fueron los sucesos más significativos en la relación arte-diseño?, y ¿Cómo podrían estos factores contribuir con la formación de futuros diseñadores industriales, interiorizados en la función social, el concepto y lo simbólico, además de la funcionalidad, comunicación y estética requeridos y pautados previamente por un cliente o la misma sociedad?

## **Capítulo 1. La inserción del diseño en el arte.**

Es importante situarse en el origen de la disputa y revisar los hechos y factores que desencadenaron esta polémica, que año tras año sigue sumando páginas y contenidos a su repertorio, aparentemente sin lograr ese grado de convicción o negociación que pueda aclarar la incertidumbre general, y no particular de cada individuo, ya que eso sería ambicioso por demás.

Esto se debe en gran parte al enfoque que se le da a la problemática, encarada desde distintos puntos de vista, desde distintas personalidades. De cualquier forma, es sumamente importante comenzar a explicar la disputa desde la historia misma, que a pesar de ser variable, puede establecerse como punto de partida válido y universal.

El asunto sería entonces establecer, desde lo general a lo particular, las similitudes y las diferencias que presentan el arte y el diseño a lo largo de la historia de la evolución cultural y social humana, y cuáles fueron los puntos de vinculación que generaron este fenómeno de inquietud entre de los límites de una y otra. Entender qué es lo que acercó el diseño al arte, ya que éste último es anterior cronológicamente.

## 1.1 Origen del diseño como término y como disciplina

### 1.1.1 El diseño y sus orígenes.

Existe una amplia variedad de definiciones del término, tal vez una por cada autor que se dedique a opinar sobre él con fundamentos de tipo teórico. No sucede de otra manera cuando se trata de su origen, influenciado por las múltiples corrientes y direcciones que se han postulado durante su formación.

Algunos consideran a Leonardo Da Vinci (1452-1519), máximo exponente del Renacimiento, como el primer diseñador, basándose en sus aportes y estudios científicos centrados sobre una mecánica elemental, sumado a la confección de un libro sobre los elementos de las máquinas. No obstante, hoy es más sencillo relacionar sus logros, ingeniosos mecanismos y productos, dentro de una rama técnica similar a la de la ingeniería, que a la de un diseñador ocupado en la creación formal.

Si de definición inicial se trata, el *Oxford English Dictionary* menciona por primera vez el término diseño en el año 1588, describiéndolo como:

- Un plano o boceto concebido por un hombre para algo que se ha de realizar;
- Un primer boceto dibujado para una obra de arte... (o) un objeto de arte aplicada, necesario para la ejecución de una obra.

Etimológicamente, la palabra diseño procede del italiano “designare” que deriva del latín de-signare. El prefijo “de” y “di” se relacionan con disociación, separación y también indica que posee o pertenece a algo. La “signa” en latín corresponde a la señal, el signo de una cosa, su aspecto propio y esencial. Designare significa entonces elegir, singularizar algo entre una gran cantidad de cosas, como por ejemplo, determinar los signos que van a ser los elementos constituyentes de ese objeto y que van a conformar su identidad.

En contexto con los personajes sobresalientes del siglo XVI, como Vasari, Alberti, Zuccari, Doni o Danti, representantes italianos del Renacimiento, exponentes de la arquitectura, la pintura y la escultura, el diseño deriva de la palabra *designatioque*, que significa marcar, señalar y designar; de *dessein* en francés (diseño, intención) y *dessin* (dibujo).

Vasari relaciona el diseño con la forma mental a través de la cual el artista modela su obra, mientras que Alberti lo define como un “fuerte plano nacido del espíritu, ejecutado en las líneas y en los ángulos.” (Bayer, 1965, p.112). Zuccari, por su parte, hace referencia a la forma, la idea y la regla, pero distingue entre diseño exterior (contorno, medida, forma), y diseño interior (concepto formado sólo en la mente del artista).

Por su parte, Danti y Miguel Angel, lograron unificar el arte, la escultura y la arquitectura a partir del concepto *disegno*, y abordar el concepto de Bellas Artes, afianzado finalmente en el siglo XVIII, donde encontraría su origen el diseño como lo conocemos hoy en día, pero ya en los albores de la Revolución Industrial.

Si bien estas definiciones son obsoletas hoy en día, comienzan a denotar las primeras delimitaciones del término y su asociación con el arte, donde ya para ese entonces se utilizaba un plan de estudio premeditado a la ejecución de un objeto u obra, como se conocía entonces.

Entre la segunda mitad del siglo XVIII y principios del siglo XIX, se desencadenó un proceso histórico denominado Revolución Industrial. La consagración de la máquina como eje central de la producción favoreció un increíble conjunto de transformaciones socioeconómicas, tecnológicas y culturales. Desde aquí en adelante, el tiempo de producción, las cantidades a producir, y la expansión del comercio, estarían directamente

ligados a la máquina, como así también se favorecería a la mejora de las rutas de transportes y la fabricación de nuevas máquinas en función del desarrollo industrial.

Claro que no todos estaban de acuerdo a esta explosión maquinista. Los artistas se defendían de los ataques de la industria contra la creatividad del objeto creado. Los artesanos, desde su preocupación por la aparición de la producción en masa, proponían elevar su calidad técnica tomando elementos del arte para sus confecciones, teniendo en cuenta que habrían sido superados en tiempo y costo de producción por la máquina. Los arquitectos, sin embargo, lograron adaptarse de una manera más natural a los cambios ocurridos, ya que verían en la industrialización una herramienta favorable para el desarrollo de sus productos, casas o edificios. Por ejemplo, la utilización del hierro y el vidrio fue uno de los rubros en los que la máquina se hizo eficiente, logrando aumentos en la producción y manipulación de los mismos, y brindando la posibilidad de construir estructuras más grandes y más impactantes, en un menor tiempo.

De cualquier forma, el diseño no sería una disciplina fácil de encasillar hasta varios siglos después. Tal como expresa Isabel Campi en su libro la idea y la materia:

“Aunque en los años treinta del siglo XX aparece el primer título sobre historia del diseño, en tanto que la disciplina ésta no se configura hasta los años setenta, motivada por la necesidad de los centros donde se forma a los diseñadores de contar con textos especializados que vayan más allá de la historia del arte tradicional. Sin embargo, en los inicios del siglo XXI, los historiadores del diseño aún no contamos con un estamento consolidado en el ámbito académico y reconocido internacionalmente, pues muchas universidades consideran que nuestra especialidad no es más que un pequeño apéndice de la historia del arte”.

(2007, pag.219).

### **1.1.2 Arte e industria en el contexto de la Revolución Industrial.**

Se puede especular que la revolución industrial es la que inició al diseño como disciplina, pero no se debe olvidar que éste fue un largo proceso, y no un simple hecho aislado. Dicha revolución se originó en respuesta a cambios sociales y culturales, que se venían gestando a causa de los avances tecnológicos y la reproducción seriada, en donde surgió la necesidad de instruir y formar gente para poder usar dicha tecnología y sacarle provecho.

Fue Gran Bretaña la primera en experimentar las consecuencias artísticas y políticas previas a la Revolución Industrial, ya que poseía ciertas condiciones diferenciadas al resto de Europa. Por ejemplo, factores como el desarrollo del comercio internacional, la acumulación de capital, las migraciones poblacionales desde el campo a las ciudades en busca de trabajo relacionado a la industria, y la implementación de la producción en serie, fueron fundamentales para acelerar y conformar la carrera hacia la revolución.

En primera instancia, el mundo artístico se vio plenamente amenazado por el avance de la máquina. Consideraban que este proceso de industrialización sería el encargado de reemplazar su aporte en el sistema, y se encontrarían afectados en el orden productivo y moral. Pero de alguna forma, y para su sorpresa, algunos encontrarían su lugar en el nuevo orden industrial y sacarían provecho del mismo.

Es el caso de Josiah Wedgwood (1730-1795), inclusive previo a la revolución, uno de los primeros interesados en el proceso de producción en serie, quién consideró la posibilidad de trabajar con artistas de la época como el pintor George Stubbs y John Flaxman, entendiendo que un nuevo modelo productivo debía estar acompañado de otras cualidades, un valor agregado desde lo estético o formal, que incentivara la venta.

De esta manera, el arte se vería relacionado con la industria y las nuevas técnicas de reproducción, ya que hasta este momento, eran los más preparados para dar vida a los objetos de la vida cotidiana, llevados a la industrialización.

A decir verdad, los intereses que impulsaron el crecimiento industrial y el desarrollo de nuevas técnicas de producción, fueron más sólidos que la fuerza contraria que ejercieron los que estaban en desacuerdo con el avance, con la maquinización, con el reemplazo de la mano de obra y la reproducción de objetos idénticos, sobre todo de parte de los artistas y artesanos, y no tanto de los arquitectos, que supieron encontrar su lugar de manera más armoniosamente. Se podría decir que los principios del sistema capitalista estaban cobrando fuerza en el orden social.

Todos estos sucesos se intensificarían para mediados del siglo XVIII, donde finalmente la Revolución Industrial se concretó, claro que paulatinamente, y trajo consigo el mayor conjunto de transformaciones tecnológicas, socioeconómicas y culturales de la humanidad.

### **1.1.3 El buen gusto y el ornamento: las primeras herramientas de comercialización.**

Dados los condicionantes de la época en torno a la industria, se debía propagar una teoría como herramienta que reforzara la comercialización de los productos. Esto debía contribuir con la expansión del comercio a las clases sociales, principalmente a la clase media, para distribuir los productos generados por la industria en forma seriada, ya que las cantidades en cuestión no sólo podían abastecer a la alta burguesía, sino que necesitaban acceder a una cantidad mayor de usuarios.

El comercio internacional también presionaba e impulsaba a la industria a generar mayor cantidad de productos industrializados para la venta. Esto favoreció al crecimiento de las ciudades y el avance de la máquina con el objetivo de reducir el tiempo de producción para cumplir con la demanda y abastecer a los distintos canales de venta. Claro que necesitaban construir una necesidad en los posibles compradores, una estrategia para publicitar sus intereses.

Es por esto que se establecieron ciertos cánones del gusto de la época, concebidos como ideales de “buen gusto”. Este proceso se llevó a cabo mediante la creación de numerosas escuelas de diseño, influenciado por la concepción de la ornamentación, en respuesta a los gustos de la burguesía y su atracción hacia las antigüedades. Estas escuelas de diseño de Arte Ornamental promovieron la creación de los primeros museos del rubro para, entre otras cosas, educar el gusto del público y derivarlos hacia el consumo de productos industriales.

Sin embargo:

“la crisis del gusto del siglo XIX, es una historia de conflicto y confusión que se desarrolló en todos los campos de la cultura. En el diseño, reducido a la



reproducción de estilos antiguos y de ideales clásicos para ese momento, sujeto además a la adquisición de bienes como símbolo de status social, generó una nueva búsqueda que desembocó en la adopción de muchos otros modelos y no de uno único o canónico (al contrario de lo que promovían los clásicos como Sir Joshua Reynolds y sus académicos)” (Pevsner, 1983).

Augustus Welby Northmore Pugin, arquitecto, diseñador y teórico del diseño, creó una gran influencia sobre lo acontecido en esta época en materia de diseño, y a su vez en la Exposición Universal de Londres (1851), que repercutiría sobre los cánones establecidos y daría una nueva lección de gusto. El resultado de esta exposición, además de dar a conocer los avances de la época en cuestiones de nuevos materiales a emplear, forjó una reconsideración de los principios estéticos que gobernaban hasta entonces.

#### 1.1.4 La transición: Art & Crafts y Art Nouveau.

Claro que no todos estaban de acuerdo con los avances de la industria y la ciencia, ya que sería utópico pensar que un cambio semejante podría complacer a todos por igual.

Bajo las influencias de John Ruskin, escritor, crítico de arte y sociólogo británico; Willian Morris pude expresar su descontento personal generado hacia la revolución maquinaria y los conceptos acarreados, liderando un movimiento alternativo denominado Arts & Crafts en la segunda mitad del siglo XIX . De esta manera, el referente inglés de la pintura, el diseño y la escritura, intentó reivindicar la primacía del ser humano sobre la máquina, apostando sobre un modelo ideológico y moral relacionado con una vida más sencilla y racional, como la de los modelos medievales. Morris sostenía que se debía utilizar la tecnología industrial al servicio del hombre, y no viceversa, para potenciar la creatividad y el arte frente a la producción en serie.

Este fue un movimiento altamente valorado en Inglaterra y Estados Unidos, donde recibió el nombre de *American Craftsman*.

“Su lema principal era: ‘Convirtamos a nuestros artistas en artesanos y a los artesanos en artistas’. Por esta razón muchos de los integrantes de de este movimiento fueron pintores y arquitectos que abandonaron su carrera para dedicarse al diseño de objetos y, en último término, uno de sus mayores triunfos fue que dichos objetos llegarían a exponerse en galerías como si fueran obras de arte” (Campi, 2007, p.111).

El *Art Nouveau* fue otro movimiento que se desarrolló sobre Europa influenciado, y hasta a veces confundido, con Ruskin, Morris y su movimiento Arts & Crafts, con el

interés de renovar el arte y presentar un modelo que rompiera con los estilos dominantes de la época.

“Sin embargo, a diferencia de su antecesor británico, el art nouveau desarrolló un estilo mucho más extravagante y potente, que alcanzó una extraordinaria difusión internacional gracias a unas estrategias de fabricación y comercialización que poco tenían que ver con la utópica armonía entre arte, producto y trabajo que proponían los defensores del “ideal artesano” (Campi, 2007, p.111).

Recibió distintas denominaciones según el país en cuestión. *Art Nouveau* en Bélgica y Francia, *Sezession* en Austria, *Liberty* o *Floreale* en Italia, *Jugendstil* en Alemania, *Modernismo* en España, y por último, *Modern Style* en los Estados Unidos, donde también hizo su aparición. En todos los casos, intentó promover un arte nuevo, joven, moderno, y libre, fuertemente inspirado en la naturaleza para la ornamentación de sus objetos; reformular la utilización de los materiales de la industria como el hierro y el cristal, dotados de una estética pobre hasta mediado de siglo según sus creencias.

“Las ideas de progreso y las formas de Arte del siglo XX dan testimonio de la importancia de esta transformación. La arquitectura moderna, el diseño industrial y gráfico, el surrealismo y el arte abstracto echan raíces en sus conceptos y teorías fundamentales. En lugar de decorar la estructura aplicando ornamentos a la superficie de un edificio u objeto, como se hacía en los estilos anteriores, la forma básica y la configuración del diseño del Art Nouveau, estaba a menudo gobernado por el diseño del ornamento”. (Meggs, 1991, p.246).

El autor intenta expresar que el movimiento Art nouveau, si bien tomaba el ornamento como uno de los recursos de representación y producción, presentaba un grado de avance respecto a los movimientos anteriores, que solo lo utilizaban para adornar las piezas, pero carecía de un propósito funcional.

Guimard fue uno de los representantes del art nouveau, y reconocido gracias a su entrada del metro parisino, entre otras de sus obras. En este proyecto, se alcanza a ver como la ornamentación es primordial, y pasa a ser parte de la estructura del objeto o construcción. La utilización del metal y el aprovechamiento de sus propiedades de maleabilidad son rasgos fundamentales para obtener una idea general de lo que significó el movimiento moderno en términos productivos.

Otro de los máximos representantes de dicho movimiento renovador era el arquitecto belga Henry Van de Velde, que luego iría modificando su perfil para convertirse en uno de los iniciadores del racionalismo. Éste sostenía que la ornamentación debía funcionar como estructura, y no sólo como decoración, dando paso a uno de los conceptos del diseño: la unificación de la estructura, la decoración y la función. Estuvo fuertemente ligado a la producción de mobiliario.

## **1.2 Las consecuencias del cambio de siglo.**

El comienzo del siglo XX trajo consigo significantes cambios tanto sociales y económicos, como científicos en función de la industria y el comercio. No sólo se inició una búsqueda de nuevos horizontes que ayudaran al hombre a continuar con su evolución, sino que se descartaron varios de los modelos establecidos en el siglo pasado.

Europa fue testigo de cambios inmensos, por los cuáles se vio transformada la estructura política de los países integrantes del viejo continente. La monarquía fue reemplazada por la democracia, el comunismo soviético y el socialismo. Los avances científicos en torno a la industria promovieron la llegada del automóvil, el aeroplano y la radio, creando fuertes eslabones de comunicación en función del comercio y la industria.

El éxito del art nouveau se vio comprometido y desprestigiado frente al avance imparable de la industria y la máquina. Sería rápidamente olvidado y posteriormente reemplazado, principalmente debido a la contradicción que comenzó a generar el uso de ornamento indiscriminado e innecesario para los fines prácticos de las nuevas técnicas industriales.

“El problema era que, hacia 1910, no se sabía exactamente qué era o qué podía ser lo moderno y tampoco que el ornamento y el lujo tenían sus límites, por lo menos en el aspecto “moral”. La pregunta que emergía era: ¿qué sentido tenía el camuflaje artístico de lo técnico”. “En definitiva, el art nouveau fue superado por la aparición de la nueva escala de valores que surgía de la crítica a sus excesos ornamentales y naturalistas y que invocaba un nuevo concepto de funcionalidad, así como la voluntad de que el diseño de los objetos fuera expresivo de las necesidades de la producción en serie”. (Campi, 2007, pag.194).

Tal como expresa la autora, se suponía para este entonces, que el ornamento sería sustituido por una búsqueda hacia lo funcional, lo racional, que no malgastara tiempo ni esfuerzo, y fuera considerado con la utilización del material. Estos principios los adoptaría la Bauhaus, un par de décadas después, para fundar las bases de su teoría disciplinar.

A medida que fuera avanzando el tiempo, y paralelamente la industria, se comenzarían a considerar ciertos aspectos que la representarían de una forma más adecuada. Por supuesto, el aspecto económico, sobre todo en Alemania que había sido desfavorecida por la guerra y se encontraba en una situación particular, terminaría de orientar los intereses hacia la optimización de recursos. De este proceso es que surgió el famoso funcionalismo.

### **1.2.1 La supresión del ornamento.**

En primera medida, la crítica se centró sobre la ornamentación injustificada, para estos nuevos tiempos, ya que muchos habían consensuado en su momento con los fundamentos teóricos y prácticos del movimiento pasado. El arquitecto austriaco Adolf Loos fue uno de los personajes más influyentes de principios del siglo XX, y quien encabezó las críticas contra el modernismo instalado. Éste conocía muy bien la civilización anglosajona y admiraba los frutos de su progreso industrial en términos de desarrollo de transportes e higiene y confort en sus viviendas, producto de su pragmático y funcional estilo de vida. Para él, éste era el modelo que Europa debía imitar para pertenecer a un modelo auténticamente moderno.

Entre sus escritos, se puede encontrar una de las pautas del cambio:

“El ornamento es fuerza de trabajo malgastada, y por ello, salud malgastada. Así fue siempre. Hoy además significa material malgastado, y ambas cosas significan capital malgastado... Como el ornamento ya no es un producto natural de nuestra cultura, sino que representa retraso o degeneración, el trabajo del ornamentista ya no está adecuadamente pagado... El ornamento moderno no tiene padres ni descendientes, no tienen pasado ni futuro.” (Loos, 1908).

En pocas palabras, el ornamento había perdido importancia en un mundo orientado al desarrollo industrial, y significaba, entre otras cosas, un elemento antieconómico, destinado a aumentar la explotación del artesano para alcanzar los niveles económicos deseables para la empresa y no caer en déficit.

La industria necesitaba unificar sus recursos y optimizar los tiempos de producción para encontrar nuevos espacios de desarrollo y crecimiento. El tiempo que se

perdía en la ornamentación superflua de las cosas, era tiempo que la industria no volvería a recuperar para sí misma, para su evolución y desarrollo.



### **1.2.2 El racionalismo: BauHaus, De Stijl y Ulm.**

Si bien la industria parecía desvincularse paulatinamente de los grupos de artesanos y artistas del siglo XX, se vería nuevamente involucrada gracias a los planes de Walter Gropius, arquitecto alemán fundador de la BauHaus en 1919, tras fusionar la Escuela de Artes y Oficios con la Escuela Superior de Artes Plásticas.

Esta nueva escuela alemana de diseño, arte y arquitectura, sentaría las bases de un movimiento relacionado a la racionalidad, tanto en lenguaje formal como en materia de producción, que marcaría un antes y un después en la historia, y por sobre todo, en la propia historia de diseño industrial.

Gropius logró rodearse de los personajes más influyentes de las disciplinas de arte, arquitectura, educación y crítica, para forjar una unidad entre artistas, artesanos e industria, con el afán de elevar las cualidades estéticas de la nueva propuesta de producción en masa. Su intención era “formar un nuevo tipo de artista creador, capaz de comprender cualquier género de necesidad: no porque sea un prodigio, sino porque sepa aproximarse a las exigencias humanas según el método preciso” (Gropius, 1919).

La BauHaus no sólo estaba destinada a unificar las disciplinas, brindando una educación con elevada riqueza técnica y respetando los parámetros del racionalismo, en donde la elección del lenguaje formal y de los materiales era de suma importancia. También pretendía alcanzar una síntesis social mediante la orientación de la producción industrial estética para cubrir las necesidades de un amplio espectro de clases sociales. Es decir, necesitaba generar productos funcionales, con los materiales de la época, y de cómodo precio para llegar al mayor público posible. De esta manera, el circuito industrial se podría completar, ya que el precio estaría justificado por la producción, y la forma estaría justificada por la función, y a su vez por el precio.

Según su líder y creador, la Bauhaus quería formar personas capaces de trasladar o traducir las exigencias humanas a los productos de uso de la época, mediante un nuevo sistema de educación, que contemplara el aprendizaje de los métodos técnicos de la realización artística.

Su intención era la de generar un equilibrio entre el mundo ideal y el mundo real, mediante la formación de:

“un artista útil a la sociedad para que ésta sociedad encuentre de nuevo su equilibrio y no tenga un mundo falso en el que vivir materialmente y un mundo ideal en el que refugiarse moralmente. Cuando los objetos de uso cotidiano y el ambiente en el que vivimos sean obra de arte, entonces podremos decir que hemos alcanzado el equilibrio vital” (Gropius, 1919).

Siguiendo con la línea teórica y estética de la Bauhaus, Theo Van Doesburg, artista holandés, emprendió un nuevo estilo o movimiento denominado De Stijl para el 1919. Si bien compartió ciertos puntos ideológicos con la escuela de W. Gropius, como la unión del arte, el diseño y las tecnologías; también impuso sus diferencias a modo de crítica.

Los pintores Piet Mondrian y Bart van der Leck, el arquitecto J.J.P. Oud y el diseñador Gerrit Rietveld, no dudaron en unirse a dicho movimiento, contribuyendo con sus obras y respaldando a Van Doesburg, por lo que el movimiento cobró una importancia vital en Holanda y otros países de Europa. La Bauhaus se vio influenciada de la misma forma, por lo tuvo que nivelar sus diferencias con respecto a este movimiento, un busca de una unidad lógica y propia de la situación que se estaba viviendo.

De Stijl se caracterizó por la utilización del ángulo recto y los tres colores básicos, complementados con el negro, blanco y gris, que constituían los elementos expresivos

fundamentales. El cubismo fue uno de los movimientos artísticos representados en este movimiento, impulsado justamente por la evolución pictórica de Mondrian. Se buscaba de alguna manera, transmitir lo esencial de cada figura representada, por ejemplo en la naturaleza, transformar lo visible para mostrar lo que estaba contenido en su interior.

Tomando varios de los principios de la Bauhaus, -a nivel teórico, práctico y docente-, la Escuela Superior de Diseño de Ulm se consagró también como “la entidad más importante de las creadas con posterioridad a la segunda guerra mundial”. (Burdek, 1994).

Dirigida por el suizo Max Bill, que había sido estudiante de la Bauhaus entre los años 1927 y 1929, la escuela de diseño de Ulm se propuso, desde su fundación en el año 1953 y a pesar del perfil científico que tomaría años después, a revitalizar el rol del artista en una sociedad democrática avanzada. Contó con la colaboración de Inge Aicher, Otl Aicher y Walter Zeischegg, que venían participando de la consolidación del diseño hacía ya varios años.

En esta escuela, se elaboró un plan de estudio que introducía asignaturas novedosas en el campo del diseño, como ergonomía, técnicas matemáticas, física, politología, psicología, semiótica, sociología, teoría de la ciencia, entre otras. Estos conocimientos fomentaron la implementación de una metodología de diseño, tal como se conoce hoy en día.

### **1.2.3 La influencia artística en la consolidación industrial.**

En el siglo XX, comenzaron a gestarse ciertas condiciones sociales y culturales, dejando como consecuencia múltiples sensaciones acerca de la vinculación del diseño y el arte.

Por un lado, la inminente influencia de las vanguardias artísticas a principio de siglo, que imponían las condiciones en lo social, y por sobre todo en lo cultural. Movimientos como el Cubismo, Futurismo, Dadaísmo, Surrealismo, Suprematismo y el Constructivismo, fueron el resultado de la naciente inquietud de los artistas, con la innovación de la producción artística como objetivo central, las encargadas de distribuir sus intereses y experiencias a los demás ámbitos.

Estos movimientos estaban ligados a distintas disciplinas, mediante las cuales se regía la sociedad. La pintura, la arquitectura, la poesía y especialmente la literatura, mediante la cual se reproducían los manifiestos, se refugiaban según sus creencias y las condiciones dadas en cada época, absorbiendo estilos y particularidades.

El diseño también participaba activamente de los movimientos artísticos originados en el viejo continente. La Bauhaus, por ejemplo, estuvo fuertemente vinculada con los movimientos vanguardistas, especialmente con el cubista, al igual que de Stijl, ya que sus integrantes eran también parte del campo artístico. Se generaba entonces una unificación de los objetivos y adjetivos en varios de los sectores de la población.

Otra situación que surgió aparejada con las vanguardias artísticas fue la libertad de expresión, como otro de los objetivos a lograr. Los protagonistas se dispusieron a romper la tradición como método para encontrar su propio lenguaje, su propia personalidad. Se abordaron temas tabú, se desordenaron los parámetros creativos y se

alteraron los parámetros de las obras: como la simetría en la arquitectura y la métrica en la poesía, es decir, todo lo que generaba el orden dentro de una obra.

Como si esto fuera poco, un mensaje de Duchamp en 1917, transmitido en una de sus obras más reconocidas, acentúa la libertad con la que el arte se desempeñaba por aquellas épocas. El artista intentó explicar con su obra, el mingitorio con un mensaje oculto en su interior, que cualquier cosa podía ser arte en ese entonces, que cualquiera podía ser artista, y que consideraba que ya había cambiado el paradigma de la modernidad.

Esto en gran parte se debía a las transformaciones sociales y económicas que se estaban sucediendo. Para empezar, el arte ya no dependía de la aprobación de la iglesia para ser considerado arte, sino del mercado, que estaba gobernado por la demanda de los compradores. En este sistema de transacción, la oferta la disponía el artista, que podía estar vinculado con los procesos de la industria para desarrollar sus obras, y la demanda de los compradores era la que determinaba si un artista era bueno, o debía ser reconocido si se validaba su obra.

Otro factor que fue determinante para la consolidación del diseño fue Andy Warhol, máximo exponente del Pop Art. Este artista reemplazó a Duchamp para convertirse en un ícono del arte plástico en los años 60'. Su vinculación con procesos industriales de reproducción en serie como la serigrafía, y su pasado como ilustrador profesional, aseguran su aporte en la consolidación del diseño gráfico, al ser uno de los personajes más influyentes del siglo, debido a su revolucionaria obra.

En el año 1989, Michael Mönninger sostenía que el diseño era una combinación entre en arte y la economía, de donde tomaba sus principales características e indicaciones:

“El diseño toma prestada del arte la inspiración a la creatividad y a la innovación para una nueva comunicación. De la economía, toma la justificación de satisfacer una demanda masiva. Este arte económico hace las veces de medio de comunicación de masas sin mensaje que transmitir. Balbucea una lengua cuyos elementos son claramente distintivos, pero no significativos en modo alguno; es el arte de las diferencias sin significado.” (como se cita en Burdek, 1994).

Hacia finales del siglo XX, esta condición se mantendría acentuada debido a las participaciones intercambiadas entre diseñadores y artistas plásticos. El cambio de roles parecía formar parte también de las nuevas condiciones de libertad que se habían fomentado durante el correr del siglo. La aproximación entre las disciplinas hacía también que se generaran espacios donde se compartían intereses, como por ejemplo la documenta 8, un espacio pensado para la creación de objetos, a cargo de profesionales de distintas disciplinas, entre ellos arquitectos, diseñadores y artistas.

En 1987, Günter Metken se refirió a la exposición multidisciplinaria:

“ Por el mismo hecho de que las artes hoy se aproximan entre sí, los arquitectos trabajan como escultores, los diseñadores muestran en escenarios artísticos sus viviendas, los artistas tienden de nuevo al mobiliario, a la decoración e incluso a la arquitectura imaginaria, se han reunido aquí (en la documenta 8) a los tres.” (como se cita en Burdek, 1994).

### 1.3 ¿Cómo surge la polémica entre Arte y Diseño?

El diseño industrial nació en un mundo donde las Bellas Artes, entendidas como la arquitectura, la pintura y la escultura, marcaban la tendencia del momento y se encargaban de resolver una función particular de orden social. Contribuían a satisfacer las necesidades del hombre de la época mediante los recursos más bien artesanales, previos a la revolución de la máquina.

Con el avance de la ciencia y el advenimiento de la revolución industrial, que determinó un avance también en la comunicación y otros aspectos sociales, se generó poco a poco la necesidad de crear nuevos individuos especializados, dotados de numerosos recursos, que estuvieran dispuestos a acompañar este crecimiento industrial con el fin de resolver la creciente demanda del público, introducirse en el mundo de la reproducción en serie, y aprovechar al máximo el potencial de la máquina.

Claro está, ninguna disciplina se crea de un día para el otro, por lo que el papel del diseñador lo terminaron ocupando los artistas, arquitectos y artesanos que ya tenían una función específica dentro de la sociedad. Utilizando la máquina como recurso, ya que hubo quienes se negaron a respaldarla, comenzaron a proyectar sus obras en serie, tomando en cuenta ciertos factores sociológicos y económicos, y focalizándose entonces en los objetos de la vida cotidiana.

“la terrible confusión terminológica de entonces, producida al extender el significado de la palabra arte para abarcar la nueva actividad aun no bautizada, correspondía a una imprecisión entre las categorías de lo estético y lo artístico.”  
(Mosquera, 1989, pag.69).

La polémica surge entonces del contexto o marco en el cual aparece el término diseño, y el proceso mediante el cual dicho término se transforma, y va adquiriendo

nuevas variables, hasta transformarse en una actividad independiente, dotada de una extensa y rigurosa metodología.

El hecho de que artistas y diseñadores hayan cambiado sus roles a lo largo de la historia, sin respetar los límites entre una y otra, dificulta todavía más la diferenciación y abre un camino de discusión que todavía hoy en día genera cierta incertidumbre frente a los interesados.

“Si bien es cierto que los diseñadores se introdujeron en el campo del arte en los años ochenta, también lo es que muchos artistas se habían dedicado hacía ya tiempo a trabajar con objetos de uso. Muebles y enseres domésticos eran temas de reflexión y producción artística: la silla de Gerrit Rietveld, la mesa del silencio de Constantin Brancusi, los objetos disfrazados de Marcel Duchamp, las imágenes de objetos surrealistas de René Magritte, el sofá Mae-West de Salvador Dalí, la mesa con patas de pájaro de Meret Oppenheimer, la mesa verde de Allen Jones, las instalaciones de Kienholz y Segal...” (como se cita en Burdek, 1994).

En este sentido, el diseño es una disciplina emergente que surge a través y gracias a las transformaciones sociales, culturales, y económicas de la sociedad. Estuvo impulsada por varios factores determinantes, como el avance tecnológico posterior a la revolución industrial, el crecimiento de las ciudades, la participación activa de los artistas y arquitectos de la época, que fueron interesándose en su desarrollo y consolidación, el incremento de la demanda en el mercado internacional, el aumento de la población, entre otros.



## **Capítulo 2. La ideología de las disciplinas.**

Quizás una manera de encontrar una explicación a este fenómeno polémico resida en la deconstrucción de las disciplinas y el análisis de sus partes para realmente encontrar los puntos en los que el diseño y el arte son similares, y si permanecen conectados aún en el presente.

Si bien la sociedad es un sistema colectivo que está sometido a constante cambio y evolución, desde que las disciplinas son originadas, también como sistemas, se va escribiendo su historia, y con ella, todos los factores que la condicionan, describen y forman. Dentro de estos factores podemos encontrar sub-factores, y así hasta llegar a lo más profundo o particular de una disciplina para poder reconocer que es lo que la conforma y la alimenta para seguir creciendo y evolucionando.

Una ideología es un conjunto de ideas sobre la realidad, que apunta específicamente a la conservación, la restauración o la transformación de un sistema. Puede estar relacionado con la ciencia, lo social, lo moral, lo religioso, lo político o lo económico, y deben ser compartidas conscientemente por los integrantes de dicho grupo social, institución o movimiento político, social o religioso.

Las ideologías del arte y del diseño se conforman entonces, de puntos o ideas, que intentan organizar y conservar la integridad de las disciplinas, describen y caracterizan de alguna manera las intenciones de los individuos con respecto a su profesión.

## 2.1 Función social

Hay diferencias establecidas sobre la función social del arte, que se cree más individualista y activadora de sentimientos, pero propias del que compone la obra; y la función social del diseño, que reside en la solución de necesidades específicas de la población, y por lo cual está ligada a una cierta investigación para poder arribar a un resultado altamente funcional, tomando inclusive el mismo punto de partida para ambos casos.

En principio, cabe destacar la pluralidad con la que el diseño ejerce su actividad y a quiénes apunta dentro de la sociedad:

“Pero en su misma intención, el diseño está libre del culto personal del arte. El diseño se hace para todos, no para unos pocos, y menos aún para un particular. El diseño quiere ser reproducido, multiplicado. El diseño aborrece el original y el valor mercantil establecido por una elite. Busca el mayor número posible de piezas y la mayor difusión posible”. (Otl Aicher, 1991, pág. 118).

El diseño no sólo se desarrolla en conjunto, ya que son varios los profesionales que intervienen en el proceso productivo, sino que apunta a satisfacer las necesidades de un gran número de usuarios debido a la producción seriada de objetos. Esta es una de las bases de la disciplina desde la revolución industrial, y se ha ido afianzando gracias al avance tecnológico. La generación constante de nuevas máquinas y procesos tecnológicos que amparan el trabajo del diseñador han marcado una de las diferencias más grandes con respecto al arte.

El arte, sin embargo, es individualista, tanto en el desarrollo del producto, como en la distribución y comercialización del producto. Genera obras limitadas, en muchos casos son obras únicas, y se destinan a particulares o a una porción bien delimitada de la sociedad. Funciona en varios casos para demostrar estatus social, o superioridad, y éste

es un factor determinante, que influye en todos los sentidos de la disciplina, y la caracteriza.

Por otra parte, y en cuanto a la función social en sí, descrita en términos generales, ya que sería muy extenso y conflictivo entrar en profundidad con este tema, se debe analizar que aporta cada disciplina en la sociedad concretamente, ya que es aquí donde ejerce cambios directos, y luego sobre los sectores particulares que la conforman.

El diseño, por su parte, es un “proceso de adaptación del entorno objetual a las necesidades físicas y psíquicas de los hombres de la sociedad.” Pero el autor aclara rápidamente: “Esta sería la postura deseable para el diseñador, pero normalmente la dependencia del que lo contrata le estorba para practicar el diseño de manera consecuente.” (Lobach, 1981, pág.11).

En otras palabras, el diseño cumple la función social de mejorar la calidad de vida mediante la intervención en los objetos de uso cotidiano para satisfacer las necesidades de los usuarios. Estas necesidades pueden ser físicas, como podría ser la ergonomía de un asiento, o el correcto funcionamiento de un exprimidor de naranjas para facilitar su uso y obtener los mejores resultados. Pueden ser también necesidades psíquicas, que ayuden al individuo a sentirse mejor con respecto a algún producto, que tenga proporciones correctas y brinde satisfacción, o simplemente, que sin descuidar su función, el producto sea más bello que el empleado anteriormente, ya sea por la morfología o por la materialidad.

El arte es entendido, actualmente, como cualquier actividad o producto realizado por el ser humano con una finalidad comunicativa o estética, a través del cual se expresan ideas, emociones, o visiones personales del mundo. Existen diversos recursos para tal finalidad, ya sean plásticos, lingüísticos, sonoros o mixtos. A diferencia del arte paleolítico, donde cumplía una función ritual, el arte contemporáneo pasa a cumplir una función social, pedagógica, mercantil o simplemente ornamental.

Como el arte y el diseño están formados por procesos históricos que se desarrollan de acuerdo con un lugar y un tiempo concreto, dentro de una sociedad determinada con determinadas características, no conviene concebirlo como una serie de conceptos aislados, absolutos y definitivos; sino que debería ser analizado por separado teniendo en cuenta éstas variables. Cada sociedad está inmersa en su cultura, en sus creencias y en sus particularidades, y esto se refleja de manera leal en muchos de los productos que se obtienen a partir del trabajo a consciencia de los individuos que la integran.

## **2.2 Según su metodología.**

La metodología también encuentra diferencias, sobre todo en el último siglo, donde el arte se ve liberado al propio juicio del autor y lo que se aprecia es el resultado final, mientras que el procedimiento o desarrollo de la idea carece de sentido estudiarla. El diseño cumple con un estricto plan, expuesto por distintos teóricos industriales, que intentan generar un modelo de trabajo sobre el cuál sostenerse para encarar sus tareas.

Visto desde una perspectiva general, “el método proyectual consiste simplemente en una serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia. Su finalidad es la de conseguir un máximo resultado con el mínimo esfuerzo.”(Bruno Munari, 1981).

En el diseño industrial, la metodología permite desarrollar un plan esquemático de todos los puntos que son importantes dentro del producto que se fuera a desarrollar, y de esta manera organizarlos. Este proceso o configuración de elementos y tareas va a estar sostenida por una investigación previa, que permite identificar cuál es el inconveniente a resolver, qué soluciones existen hasta el momento hacia el mismo problema, cuáles son los factores que influirán en el desarrollo, del concepto y la idea primero, y luego del producto en sí, de acuerdo a las condiciones socioeconómicas establecidas, e inclusive políticas. El resultado final debe ser el reflejo de todo el proceso de investigación, proposición, desarrollo y construcción.

El en campo artístico, sin embargo, el autor goza de una libertad particular, en proponer y expresar lo que él mismo siente, con la intención de demostrar su visión acerca de lo que acontece, y no debe responder a un plan impuesto. Antiguamente, no sucedía lo mismo, ya que los trabajos artísticos eran varias veces solicitados por algún individuo influyente o adinerado, a modo de encargo, o por la misma iglesia, donde se creía que Dios elegía a los artistas que estaban capacitados para crear Su obra, y traducir Su lenguaje al lienzo. Hoy en día, la metodología corre, en la mayoría de los

casos, a cargo del autor de la obra, y sólo es juzgado el resultado final, mientras que el desarrollo permanece incógnito, salvo que el artista lo desee exponer como parte de su trabajo.

Munari hace la siguiente aclaración:

“Por eso conviene ahora establecer ya una distinción entre el proyectista profesional, que tiene un método proyectual, gracias al cual desarrolla su trabajo con precisión y seguridad, sin pérdidas de tiempo, y el proyectista romántico, que tiene una idea genial y que intenta obligar a la técnica a realizar algo extraordinariamente dificultoso, costoso y poco práctico, aunque bello.” (B. Munari, 1981, pág. 20).

Munari intenta explicar que la teoría utópica de un diseño autónomo y totalmente independiente, influenciado solamente por la técnica y la máquina, es ideal, pero también abre camino a una corriente más informal del diseño, ligado a los movimientos artísticos, interesado por las relaciones simbólico-estéticas de los productos. Una corriente romántica del diseño, que a pesar de no ser convalidada por la teoría, es fundamental y ejerce una presión inmensa sobre la disciplina a nivel mundial.

### **2.3 Según el estatus o condición socioeconómica de su público.**

Bernd Löbach, diseñador industrial, hace un análisis extensivo de lo que significa la división social de clases, pre y post industrialización. Es muy importante su aporte con respecto a este tema, y abarca varios puntos que deben ser considerados para entender la lógica de esta división y sus características primarias.

La sociedad de clases surge en la Edad Media, donde el estatus era claramente diferenciado entre los distintos grupos, divididos en tres grandes grupos: el clero, la nobleza y el pueblo (campesinos y burgueses). El empleo de productos entonces, junto con el comportamiento, el lenguaje y la vestimenta, simbolizaban la pertenencia a uno u otro grupo, mientras que los derechos y los deberes eran establecidos legalmente.

Esto estaba asociado directamente a la carga simbólica de los productos, con la utilización de adornos o lujos estéticos que originaban elevados costos, propios de los miembros del clero y la nobleza. Estos productos afirmaban la superioridad en términos de poder político, nivel cultural y riqueza. Por otra parte, los productos práctico-funcionales, pertenecientes a las clases más bajas, campesinos y burgueses, cubrían las necesidades modestas y carecían de significado.

“Los productos de uso fabricados a mano en la época comprendida entre la Edad Media y la industrialización se asocian ya al principio de configuración práctico-funcional o al simbólico-funcional. La configuración de los productos llevaba claramente la impronta de la posición social de los usuarios.” (Löbach, 1981, pág.89).

La industrialización trajo consigo la posibilidad de extender productos fabricados en serie a todos los sectores de la sociedad, ya que los costos de producción se reducirían considerablemente gracias a esta particularidad. Sin embargo, todavía hoy existe esa diferenciación social simbólica en cuanto al uso de productos industriales. Esto

se debe a que el desarrollo industrial y del sistema económico capitalista modificaría las clases sociales, pero no las eliminaría. Según Marx, este proceso derivaría en la separación de dos clases sociales, la de los capitalistas, en donde se concentraría el capital, el poder y los bienes raíces, y la de los proletariados, sin poder sobre estos bienes.

Si bien la posición de Marx no se dio exactamente como él había previsto, por distintas razones, entre ellas la concientización de los empresarios sobre que los salarios de los trabajadores especializados y capacitados debían ser elevados y sólo de esta manera se podría llegar a una viable producción masiva. Esto alteró los estratos sociales, y generó un nivel medio en la escala social, integrado por la mayor parte de la población, denominado clase media.

Según expone Lobach:

“El concepto de los estratos sociales posibilita una clasificación diferenciada de grupos sociales que se encuentran en una situación social igual o parecida, influida por los distintivos de la formación escolar, profesión, riqueza, tipo de casa y por la clase de uso de productos...Todo hombre miembro de una sociedad posee un status social y ocupa dentro de una escala de rangos una posición determinada por jerarquías.”(1981, pág.90).

El diseñador industrial tiene como meta encontrar los elementos estéticos adecuados que incentiven al usuario a reconocer aspectos simbólicos dentro de un producto, que den sensaciones e indiquen que su poseedor ostenta en la sociedad. Por ejemplo, si un auto se percibe veloz y lujoso, simboliza de alguna manera el ascenso de su poseedor en la escala social, estar en el camino hacia arriba. De la misma manera sucede con los demás productos de concepción industrial.



“Los productos industriales típicos de un estrato social se convierten en el símbolo del status social. El producto industrial es entonces un portador de significado que expresa algo sobre los hábitos de vida que se identifican con el producto. Puede dar una idea de la profesión, del nivel de ingresos, formación, etc. Los productos de status son, por tanto, aquellos productos que indican la auténtica posición social del usuario.” (Löbach, 1981, pág.95).

Este simbolismo sucede tanto en el diseño industrial como en el arte. Por su parte, el artista encontró su posicionamiento en las casas de los sectores más altos de la escala social, que cuelgan una obra para demostrar superioridad, o que ellos están en condiciones de pagar grandes cantidades de dinero simplemente para contemplar una pintura o escultura, carente de funcionalidad. Es fundamental que el poseedor pueda mostrar esa obra a la gente que concurre a su casa para satisfacer su necesidad de demostrar prestigio y sus aspiraciones.

Algo similar sucede con el “*diseño plástico*”, referido a una corriente actual de diseño que combina los factores técnicos con los expresivos que surgen del arte. Sus obras más reconocidas, generadas por los grandes referentes o estrellas de la disciplina, que no sólo intervienen en el desarrollo de un objeto funcional y estético, sino que son capaces de transmitir mensajes a través de su intervención, de crear pautas de deseo, valores y conductas que construyen y transforman la sociedad. Estos objetos cobran valor y se comercializan de manera particular, en el orden de lo artístico.

Por otra parte, el diseñador convencional se especializa en los objetos de consumo masivo, intentando bajar los costos de producción, para bajar a su vez los costos en el mercado y así llegar a la mayor cantidad de usuarios posible. Esto no quiere decir que la industria no se encargue de las clases sociales altas, que de alguna manera necesitan obtener productos con ciertos agregados que los eleven para poder demostrar su status correctamente. Es por esto que existen rangos de productos, destinados para

cada clase social y para cada individuo dentro de estas configuraciones. De esta forma, el diseñador se puede tomar ciertas licencias en cuanto a la conceptualización, el desarrollo de detalles y la elección de materiales que empleará para su producto, teniendo en cuenta las demandas del nicho al que apunta.

En definitiva, el diseño también interviene en la creación de piezas dotadas de estética, que intentan transmitir un mensaje, materializada por la industria para el público; pero una función específica, algo a lo que se le puede dar uso, y servirá para mejorar la calidad de vida del usuario.

### **Capítulo 3. Clasificación según los recursos.**

Más allá de la ideología y la teoría de las disciplinas, hay factores que las determinan o las caracterizan, en mayor o menor medida, pero que no por eso deben ser menospreciadas.

Los recursos forman parte del repertorio que tiene una materia, e integran un circuito cerrado, siendo indispensables para su funcionamiento. La implementación y generación de recursos está directamente ligada con la capacidad de crecimiento y el abanico de posibilidades de una disciplina, empresa o individuo.

Dos disciplinas pueden compartir recursos en común y ser distintas entre sí, pero la influencia o conexión es innegable. Sin embargo, a la vista crítica de los teóricos más rígidos del diseño, parecería afectarles negativamente esta influencia con el mundo artístico.

### 3.1 La creatividad

La creatividad forma parte del repertorio de una persona para hacer valer su capacidad por sobre el resto de las personas que compiten con él en un mismo campo laboral. Muchos opinan que la creatividad es innata, que se nace o no con ella. Otros, sin embargo, sostienen que, como muchas otras cosas, la creatividad es algo que se puede ejercitar si se encuentran las herramientas adecuadas, y distinguen la creatividad de un don, algo extraordinario que viene sujeto a la persona y que lo diferenciará del común de la población.

“La intensidad creadora del diseño no es menor que la del arte. Al contrario, hacer una cosa que no sea solamente bella, sino también ajustada, supone capacidades creativas adicionales. El arte es ajeno al valor de uso. El arte es sin sentido. En el sentido de que no necesita tener inmediato significado, es ajeno al sentido. El diseño se mide en la cosa, con el sentido de ésta, con su inmediatez social, con su funcionamiento técnico y su economía. El arte puede renunciar a todo esto”. (Otl Aicher, 1991, pág.120).

Visto desde este enfoque, se puede decir que el diseño cuenta con una de las herramientas del arte, factor común entre todas las disciplinas que se mueven por el campo de la creación, al igual que la arquitectura, la poesía, la literatura, etc. Todas ellas se distinguen por crear, elaborar y proponer ideas en muchos casos innovadoras, transformadas mediante un medio u otro, en poesías, novelas, productos, obras de arte o edificios y construcciones.

Este concepto no es nuevo en la disciplina, ya en el año 1989, Michael Mönninger sostenía: “el diseño toma prestada del arte la inspiración a la creatividad y la innovación para una nueva comunicación simbólica”. (como se cita en Burdek, 1994).

Sin embargo, esta condición humana de la creatividad, entendida como la generación de nuevas ideas o conceptos, o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales; está o debería estar enmarcada dentro de cada materia, según sus necesidades o métodos proyectuales a los que respondan. Es decir, está delimitada en función a ella.

Munari intenta explicar de la siguiente forma:

“La creatividad reemplazará a la idea intuitiva, vinculada todavía a la forma estético-romántica de resolver un problema. Así pues, la creatividad ocupa el lugar de la idea y procede según su método...Mientras que la idea, vinculada a la fantasía, puede proponer soluciones irrealizables por razones técnicas, matéricas o económicas, la creatividad se mantiene en los límites del problema, límites derivados del análisis de los datos y los subproblemas.”(1981).

Resulta muy común que la creatividad esté hoy relacionada a las cuestiones artísticas o liberales, mientras que los procesos que siguen un riguroso y detallado plan de tareas, suelen estar respaldados desde el esfuerzo y la dedicación. Esto es falso, ya que la creatividad se puede desarrollar en cualquier medio de trabajo, y depende del individuo, y no de la materia específica.

“Junto a la capacidad intelectual, es decir, capacidad de seleccionar informaciones y usarlas en diversas situaciones, se precisan facultades creativas. Como en todas las personas creativas (artistas, científicos, etc.), la creatividad del diseñador industrial se manifiesta en que, basándose en sus conocimientos y en su experiencia, es capaz de relacionar con un problema informaciones dadas, estableciendo nuevas relaciones entre ellas.” (Lobach, 1981, pág. 137).

### 3.2 Los valores estéticos.

La estética es otra condición que afecta tanto a las obras de arte como a los productos industriales, presente tanto en el desarrollo y en el resultado final, es hoy una de las grandes herramientas de la aceptación en el mercado, según su entendimiento actual. La palabra deriva del griego y significa percepción o sensación, y el término está comúnmente asociado con la belleza, aunque en su definición sea: la *ciencia de las apariencias perceptibles por los sentidos*.

“Antes de H. Baumgarten (1750), la filosofía ocupábase de la belleza y demás categorías estéticas de la naturaleza y de la realidad cultural, con la excepción de las obras de arte; fue Baumgarten quien introdujo el nombre de Estética e hizo de ésta disciplina dedicada a la belleza y también a las artes, entonces consideradas bellas para distinguirlas de las útiles. Aparecen las Bellas Artes; iníciase así la promiscuidad conceptual que aún hoy vivimos, no obstante la definición hecha por Hegel, en su estética dictada a principios del siglo pasado; las artes son productos del hombre y diferentes de la bellezas naturales.” (Acha, 1990, pág. 17).

Según esta definición, hay quienes opinan que la estética está pura y exclusivamente relacionada con el arte y su juicio estético, y otros teóricos que han luchado por diferenciar o desvincular la estética de lo artístico. Según Kant, el motivo determinante de la estética es el sentimiento del sujeto, y no un concepto del objeto. También sugería que la estética no es medible ya que no se funda en conceptos, y que es la ciencia que estudia e investiga el origen del sentimiento puro y su manifestación, que es el arte. Por otra parte, Hegel introduce los términos de regularidad, simetría y conformidad, y armonía; según él formas en las que se presenta la belleza en la naturaleza, a diferencia de la belleza artística, a la cual eleva ya que es la generada por el espíritu, y partícipe de éste.

Según Juan Acha, importante teórico latinoamericano, el término estética debe recobrar su acepción original y real, para poder ser identificada con sensibilidad o sensorialidad, capacidad humana que es sinónimo de gusto. Sólo así se puede llegar a comprender y utilizar correctamente el término en estos tiempos, ya que la diferenciación de lo estético con lo artístico, a su entender, es inminente y fundamental; y sólo así podremos entender cómo interviene en los procesos de creación contemporáneos.

Burdek, por otra parte, relaciona el término estética dentro del diseño con las características formales de un objeto, y sostiene que sus fundamentos se sentaron sobre la investigación de la percepción, fenómeno que tiene una larga tradición, ya que sus comienzos se remontan a Aristóteles, y la enumeración de los cinco sentidos como base de la percepción.

El diseñador tiene como una de sus funciones primarias, fijar las funciones estéticas y simbólicas de un producto, mediante el cual se cubren las necesidades psíquicas del usuario, que es el receptor. El diseñador obtendrá datos sobre las preferencias estéticas de los usuarios a través de investigaciones empíricas, que influirán directamente en el producto y su configuración. En otras palabras, se dirigen los recursos estéticos de los productos hacia la sensibilidad diaria del hombre que busca valor de uso en ellos.

“Durante un tiempo se hizo el intento de unir lo creativo y lo útil, lo creativo y lo racional. Se pensaba que también lo útil podría estar bien hecho y tener bella apariencia... Esos tiempos parecen haber quedado atrás. También el diseño se empeña hoy en hacer arte o por lo menos agenciar arte. El diseño consiste hoy en crear figuras que parezcan hechas por Dalí, Mondrian o Kandinsky. En una silla actual es imposible sentarse. Sirve al ambiente estético, con el que alguien demuestra su superioridad.” (Otl Aicher, 1991).

Otl Aicher, por su parte, critica la modernidad con respecto a la desvalorización de la utilidad de las cosas o productos. Sugiere que ya lo que interesa es únicamente la belleza exterior, la estética en función de lo superficial, y que la función de las cosas ha pasado a segundo plano. Declara, a forma de denuncia, que existen hoy en día productos en el mercado que no sirven para el propósito para el cual fueron creados, como por ejemplo, cubiertos con lo que no se puede comer, sillas en las que sentarse resulta sumamente incómodo, etc.

“En el objeto está ausente el más mínimo sentido de la utilidad. En una época de existencia representativa, lo estético, bien lo sabemos, es naturalmente un fin en sí. Preguntar por la utilidad es casi indecente. Hoy nada se presta mejor a la autorrepresentación que la apariencia externa, la forma estética. En la estética aparece la cosa en sí.” (Aicher, 1991).

Podemos entender entonces, que la estética, si bien puede estar presente en las dos disciplinas, en un término amplio que se define de acuerdo al ámbito en el que esté aplicado, y que lleva distintos márgenes y no por esto es incorrecto atribuirlo, siempre y cuando se sepa desde qué punto se está utilizando, y esté respaldado desde el conocimiento y la investigación.



### **3.3 Los elementos configuracionales**

Los elementos configuracionales son aquellos que ayudan al creador, al proyectista, a darle forma a un objeto, ya sea estético o industrial. Son los que caracterizan al producto, y le atribuyen ciertos elementos para que éste sea diferente a los demás.

Tanto en el arte como en el diseño, se utilizan los mismos elementos configuracionales, y son aquellos que normalmente se perciben conscientemente en el proceso de percepción, como material, superficie, forma, color, etc. Sirven, como el nombre lo dice, para determinar la configuración.

Si bien estos recursos son universales y utilizados muy a menudo, inclusive en actos diarios como elegir la prenda que vamos a vestir cierto día, o comprar un producto sobre otro si se nos presenta la posibilidad de elegir, o delimitar la superficie que se va a utilizar para cierto propósito; varía considerablemente su valoración de acuerdo a la profesión que cada uno desarrolle.

La forma en el diseño es un gran escalón a subir y un elemento esencial de la figura, si se quiere llegar a un buen resultado. Algo parecido sucede en el campo artístico, y en ambos casos se puede percibir que la estética es sumamente influyente y dirige de alguna manera este elemento. Lograr una forma de proporciones justas es un desafío que aportará mucho en el proceso de creación, y de comercialización desde luego.

Con el color y la materialidad sucede algo similar, ya que sumará al momento de que el resultado final impacte al usuario o al posible comprador. Sin embargo, estos dos elementos de configuración están, de alguna manera, ligados a fenómenos sociales. Por ejemplo, para ciertos países, un color no tiene el mismo significado simbólico que el otro, y puede determinar que el usuario efectúe o no la compra de ese producto. Los colores y

materiales son de gran variedad, y se debe tener conocimiento para decidir cuál de todos cumplirá mejor con la función que se le quiere dar al producto, o cuál representará mejor lo que se quiere mostrar.

Es más común que en el diseño industrial, los materiales sufran procesos que los modifiquen antes de ser presentados en el producto final. Los procesos tecnológicos son los que transforman las materias primas, o le dan forma, para llegar a la pieza deseada. En el arte no sucede lo mismo, ya que muchas veces los materiales son utilizados en su estado natural, porque se quiere demostrar algo mediante esa intención, o son procesados de una forma más básica, ya que serán utilizados, la mayoría de las veces, en un ejemplar único, o una serie acotada.

Por último, las superficies tienen:

“una gran influencia sobre la eficacia habitual, y la mayoría de las veces depende de la elección de los materiales. Las superficies de materiales diversos, y sus combinaciones, producen en el usuario de un producto importantes asociaciones de ideas, como limpieza, calor, frío, etc. Mediante los más diversos materiales, las características de su superficie (brillante, mate, pulido, rugoso) y su forma (cóncava, plana, convexa), se aspira a alcanzar los efectos correspondientes.”  
(Lobach, 1981, pág. 160).

En ambas disciplinas, es un recurso válido el de trabajar con las texturas de los elementos para crear efectos y sensaciones en el usuario. Una textura es un elemento que afecta a los sentidos de la visión y el tacto, generando sensaciones interesantes en el usuario, y proporcionándole una relación más cercana con el producto u obra.

### **3.4 Las técnicas de representación y producción**

Las técnicas industriales han logrado un amplio avance y desarrollo desde la revolución de la ciencia y la máquina. Atrás quedaron los recursos artesanales en los campos relacionados a la industria, o por lo menos perdieron un gran porcentaje de actividad.

La creciente demanda a partir de la introducción de la producción seriada produjo tanto cambios científicos, como políticos; y hasta en la configuración de estratos sociales se puede sentir su presencia. El avance tecnológico se convirtió en el protagonista del siglo XXI, y la implementación de los sistemas computarizados, en la estrella principal de los nuevos tiempos. La tecnología avanza a pasos agigantados, y no sólo avanza, sino que arrastra consigo cada vez un número mayor de individuos. Hoy en día, un profesional está casi obligado a utilizar una computadora, o tener acceso a cualquier computadora, ya que es una herramienta fundamental para desempeñarse en el mundo actual.

En el sector industrial, los cambios que ha generado la computadora son abrumadores. Este fenómeno permite dibujar, diagramar, representar y dar forma a un número infinito de ideas, consumiendo menos tiempo y agilizando la mayor parte del proceso, desde la investigación, hasta la puesta en marcha de proyectos, para su desarrollo y producción. En el mundo artístico sin embargo, se le sigue dando prioridad a otros aspectos, y las técnicas de representación y producción siguen siendo de alguna manera artesanales, en la mayoría de los casos. Esto representa de alguna manera a los artistas, pero de ninguna manera quiere sugerir que no se puedan utilizar recursos de la industria para cumplir o concretar obras de arte.

Según el proyecto a desarrollar, las técnicas a utilizar serían unas u otras. Hay técnicas que permiten copiar un producto infinita cantidad de veces, como por ejemplo la inyección de plástico, proceso mediante el cual se transforma un determinado plástico desde su forma inicial o bruta, hasta obtener la pieza deseada, según el molde. Por otra

parte, sigue habiendo técnicas para una producción más acotada, que se emplean generalmente cuando el número de piezas a producir no amerita el desarrollo ni la inversión necesaria para llevar a cabo un proceso masivo en serie.

Un ejemplo claro de la reproducción artística en serie lo fijó el reconocido estadounidense Andy Warhol, ícono representativo del movimiento Pop Art. En la década de los 70', encontró una técnica industrial que le sirvió para realizar varios de sus trabajos, con la posibilidad de repetir una impresión miles de veces sin perder la definición, luego de lograr el modelo. El proceso de impresión por serigrafía lo llevó a la cima de su carrera, y además le dio la posibilidad de reproducir su obra para incrementar la comercialización y convertirse en uno de los personajes más influyentes del siglo XIX.

### **3.5 La experimentación**

La experimentación es un recurso que nutre de riqueza al producto final, ya sea en cualquier disciplina como ámbito creativo. No sólo provee de herramientas necesarias para la evolución de un proyecto, sino que lo ayuda a generar y clasificar propuestas, situaciones y posibilidades, que luego serán descartadas para elegir la más significativa, pero que no dejan de ser usufructuosas en el recorrido de la creación.

En el arte, la experimentación ha sido eje central a lo largo de la historia, mientras que en el diseño se mantuvo como un privilegio de algunos pocos, ya que los tiempos se traducen a moneda comercial, y es difícil conseguir el espacio en donde un diseñador pueda entregarse libremente a la experimentación.

Sin embargo, y es una tendencia que va en aumento, gracias al desarrollo de nuevas técnicas y procesos productivos, a la competencia que se ha generado en el mercado y la exponencial demanda hacia el diseño, se está comenzando a fomentar la experimentación como una necesidad.

La competencia en el mercado industrial induce a la valoración de la experimentación como recurso para generar productos con valor agregado. Se utiliza como medio de diferenciación, por la cual se pueden ganar nuevos clientes. Esto se percibe con más frecuencia en las empresas multinacionales y los diseñadores de renombre que dirigen sus estudios.

#### **Capítulo 4. El diseño como objeto de contemplación artística.**

El diseño industrial opera mayormente sobre los objetos, creando elementos dotados de varios condimentos relacionados a lo social, productivo, material y tecnológico. Su función reside en unir estas partes para obtener un resultado satisfactorio, tanto en el proceso de fabricación como en el aspecto económico. Su tarea consiste también en coordinar las distintas disciplinas o puntos que interactúan en este proceso de fabricación, dentro o fuera de una empresa, garantizando el correcto procedimiento para obtener un óptimo resultado.

Si bien en líneas generales el diseñador industrial se dedica a esto, hay teóricos que opinan que el diseñador debe encontrar o dotar al producto, de una carga simbólica que lo relacione con el mundo exterior, el mundo en el que vivimos. La semántica del producto es lo que posibilita una lectura del significado, la interpretación de signos como símbolos o representaciones formales.

Tal como lo define Klaus Krippendorff:

“ser consciente del sentido de los objetos, de su significado, de sus relaciones semánticas, y además expresarlo en la forma de un producto, hacerlo inteligible simbólicamente a los otros, y con ello, llevar a la realidad del uso diario estas relaciones sublimadas que prestarán un servicio a una sociedad intelectual y ecológica: ésta es la aportación esencial que los diseñadores actuales pueden brindar con ayuda de la teoría del diseño”. (1989).

Es precisamente en este proceso, en el cual un objeto puede ser visto como una creación artística u obra de arte, ya que logra superar los parámetros de su función. Hay decenas de productos de reconocidos diseñadores, que lograron ser llevadas a museos de arte para su exposición, dándole un status al diseñador propio del artista.

Como dijo Bourdieu en 1980:

“el objeto de la historia del arte no es un artista singular, ni un grupo social, sino el campo de producción artística en su conjunto. La sociología o la historia social no pueden comprender nada de la obra de arte y, sobre todo, nada de lo que constituye su singularidad cuando toma por objeto un autor o una obra aislada.”

Esto refleja la necesidad de hacer avanzar la historia del diseño por caminos todavía inexplorados, en los cuales otras disciplinas le llevan mucha ventaja. Según John Walker, escritor y crítico de diseño, este tópico es parte de la historiografía artística, que es útil analizar, pero debería ser evitado en el ámbito del diseño.

#### **4.1 Cuando un objeto trasciende su función.**

Los objetos son el producto del trabajo del diseñador, que sigue un proceso metodológico de investigación y elaboración riguroso, previo a la industrialización o reproducción del mismo. Es en este proceso donde entra en juego la habilidad de cada profesional en torcer o conjugar a su criterio las distintas variantes con las que cuenta la disciplina.

El objeto es tangible, a diferencia de todo el proceso mediante el cual se proyecta, y por lo tanto el único registro que se obtiene de la producción de una empresa o individuo. Esto quiere decir, que los objetos son valiosos a la hora de estudiar la disciplina, y forman su repertorio a lo largo de la historia. Sumado esto a la creciente y extendida práctica de exposiciones y la necesidad de documentar las colecciones de los museos, se genera un aura alrededor de ellos que está lejos de ser imperceptible.

Claro que para muchos estudiosos del diseño, se crea con este circuito de sobrevaloración de un producto y su exposición al público, un fenómeno que descuida muchos otros aspectos del diseño, como entidad para ser estudiada en la historia.

“La historia del diseño debe ir más allá de los límites del objeto en sí mismo para explorar el proceso según el cual éste alcanza su resultado final. Debe analizar su relación tipológica y formal con otros objetos similares con los que configura un estilo y estudiar las relaciones con el contexto socio-cultural que les da vida. El objeto no es el fin sino el punto de partida para la investigación”. (Isabel Campi, 2007, pág.226).

Pero no sólo en museos se genera esta devoción por los objetos que han sido clasificados como históricos o referentes de cada época. También hay libros que se dedican pura y exclusivamente a presentar y describir objetos de diseño, con la intención



de crear un registro que ayude al lector a entender de diseño, pero descuidando el proceso de generación que es donde se encuentra la riqueza de lo exhibido.

En definitiva, el enfoque puede estar dirigido hacia el producto en particular, o más amplio, al desarrollo del producto desde que es una idea hasta que se transforma en algo material y tangible. Algo parecido sucede con las obras de arte, donde el resultado es lo único que se analiza, y no el trabajo que el artista llevó a cabo para efectuar su obra. Simplemente se hace una breve descripción de los materiales que ha utilizado, y se le atribuye un nombre que le suena bien para acaparar la atención del público.

“... no se han de extrañar que en los objetos en cuya proyectación concurre el diseño industrial, cambien sustancialmente su fisonomía cuando la sociedad decide privilegiar distintos factores en lugar de otros: por ejemplo los factores tecno-económicos o técnico-productivos por encima de los funcionales, o los factores simbólicos por encima de los técnico-constructivos o técnico-distributivos.”(Maldonado, 1977).

De alguna manera, Tomás Maldonado prevé las posibles desviaciones de lo que considera el diseño industrial como disciplina, al estar vinculada estrechamente con el mercado y el consumo de masas. Se genera una relación mercado-producto muy estrecha, en la cual el objeto puede llegar a depender de las pautas dictadas por el mercado, y variar su integridad para servirle.

Ahora bien, ¿qué sucede cuando un objeto trasciende su función y supera los límites impuestos por la disciplina industrial? En la actualidad, se encuentran diversos ejemplos de productos que prevalecen, como bien describe Maldonado, los factores simbólicos o expresivos en una forma romántica de diseño, y son considerados artistas modernos en su disciplina, y como si fuera poco, elevados a la condición de superiores por los medios, que también avalan estos fenómenos.

El exprimidor de naranjas y limones del diseñador francés Phillipe Starck es un excelente ejemplo de lo que sucede cuando un objeto trasciende su función y logra colocarse en los podios del diseño, elevando a su creador a la calidad de artista y creador de piezas únicas, de gran valor para la historia de la disciplina.

Este exprimidor es un producto de carácter simbólico, creado por un diseñador de renombre para la empresa italiana Alessi, en el cual se resaltan las cualidades semánticas, pero se deja un tanto de lado la función principal del objeto: exprimir. El mismo Starck describe que *“el exprimidor no fue creado para exprimir limones, sino para iniciar conversaciones”*.

Pese a sus desafortunadas declaraciones: (“el diseño es una espantosa forma de expresión”); y las opiniones negativas de muchos de los críticos de la disciplina, este producto se ha convertido en un emblema del diseño industrial del siglo XX. Su forma parece sustituir a su función, y es más un objeto de colección que un producto funcional en sí, pero despierta los sentidos del público gracias a su percepción estética, su innovador proceso productivo, novedosa materialidad, y su elegancia.

## 4.2 En busca del canon histórico.

Se entiende por canon a la regla o modelo que rige en una cierta disciplina. De acuerdo a los sucesos acontecidos en cada época se va escribiendo la historia, donde aparecen fragmentos de tal valor y repercusión, que se establecen como un canon histórico. Claro que esto no es un proceso natural, sino que es simplemente una construcción histórica relativamente frágil, que puede ser atacada o puesta en juicio desde varios frentes.

“Actualmente existen varias historias de diseño industrial en las que se manifiesta un cierto grado de consenso en cuanto a una serie de autores “clásicos” y a un cierto número de “obras maestras”. Cuando ocurre un fenómeno así puede decirse que se ha establecido un canon histórico.”(Campi, 2007).

Como lo describe Campi, hoy en día es muy habitual que se desarrollen procesos de este tipo. De hecho, son relativamente efímeros, y buscan exaltar la figura de algún autor con la intención de elevar su prestigio, y por consiguiente, sus ventas. Es una herramienta mediante la cual se intenta medir la proporción de un fenómeno, se utiliza como vara o norma. Claro que a mayor construcción de “referentes históricos”, menor es la intensidad y la credibilidad de dichos estamentos.

Un ejemplo clarísimo al cual se refiere la autora es el del diseñador y arquitecto holandés, Gerrit Rietveld. Este referente aparece ha accedido a la canonización de sus obras, a pesar de que haya sido su producción escasa y acotada. En el año 1918 diseñó la Rood/Blauwe Stoel (silla Roja y Azul), influenciado por el movimiento De Stijl, que lo llevó a aparecer en todos los libros de diseño industrial emitidos desde entonces, y considerado un clásico intachable, a pesar de haber vendido tan sólo algunos ejemplares en su momento. También creó la Casa Rietveld Schröder, en Utrecht, Holanda, en cuyo proyecto participó activamente la señora Schröder, que aparece como una de sus obras más importantes. A raíz de esto, hay instituciones como El Central museum de Utrech,

que aún hoy cuestionan la sobrevaloración de las obras de Rietveld, argumentando que se ha ofrecido una percepción distorsionada de su trayectoria.

Lo mismo sucede con la Bauhaus, que aparece cómo la primera y única escuela de los años veinte. Se han escrito centenares de libros referenciados a sus productos y su aporte hacia la evolución del diseño, en su búsqueda por la unión entre el arte y la industria. Y muchos de sus integrantes, entre los que encontramos a Walter Gropius, Marcel Breuer, Kandinsky, Paul Klee y Mies Van der Rohe, entre otros; han sido elevados y reconocidos como pioneros del diseño a través de los años, tomando como referencia sus logros y sus contribuciones con la disciplina. Hoy en día se sabe que no fue la única escuela de arte reformada en Alemania, que los Vkhutemas, escuela estatal de arte y técnica de Moscú creada por decreto del gobierno soviético fueron incluso más vanguardistas, y que la HfG de Ulm, hipotética sucesora de la Bauhaus, ha ejercido más influencia sobre la pedagogía del diseño contemporáneo.

La canonización es propia de la historia del arte, y está muy relacionada a la sustitución de un movimiento artístico por otro, y de un referente de dicho movimiento por otro. Además de ser efímeros, “la aceptación acrítica del canon tiene el inconveniente de que deja en las sombras muchos autores, obras, instituciones o fenómenos que esperan ser investigados”. (Campi, 2007, pág.228). En fin, puede no ser lo adecuado, pero está representado y sigue en funcionamiento a pesar de las críticas ejercidas, como si fuera ajeno al diseño, o como si fuera un legado casi parental que el arte le ha dejado al diseño para los tiempos que corren.

### **4.3 La obsesión por la vida del autor y la autoría de sus obras.**

Otro fenómeno que deja como legado la historia del arte al diseño. El fanatismo que despiertan algunos diseñadores elegidos para estar en la cima de la consagración, es sin duda producto del establecimiento de cánones. Si un profesional goza de este privilegio, sus obras serán difundidas hasta el hartazgo, y se generará un aura alrededor del personaje, tal como si fuera una estrella de televisión. Entonces él deberá comenzar a firmar sus obras, y compartir su vida privada con el resto del mundo.

Un ejemplo significativo de este fenómeno es el diseñador egipcio Karim Rashid, quién por su producción industrial es considerado uno de los referentes mundiales del diseño. Esto incluso lo ha alentado para seguir avanzando en su carrera, de manera colosal, siempre siguiendo su juicio de diseño y estética para sus productos. Este reconocido personaje ha sellado varias de sus obras con su firma, tal como si fuera un artista consagrado con su obra. Los medios de comunicación se encargan en estos casos de investigar al autor, promover el seguimiento de sus vidas y obras, y por sobre todas las cosas, de crear una imagen magnificada de la realidad alrededor de ellos.

Según el diseñador y escultor alemán Otl Aicher, uno de los fundadores de la escuela de Ulm, la problemática reside en que en el arte, al igual que en el diseño, la firma de un artista puede cobrar más valor que el producto en sí.

“Lo decisivo no es aquí, manifiestamente, la cualidad artística del cuadro, sino la firma... el arte no es, por ende, ningún valor en sí, lo mismo que un billete de banco. Es un valor mercantil... es hoy, un valor determinado por la demanda del coleccionista, es decir, por la demanda del marchante, por el negocio artístico.”

(Otl Aicher, 1991, pág.117).

El asunto es que esto es solo un segmento de un circuito cerrado, cíclico, donde la demanda del comerciante también está influenciada, ya sea por la publicidad o por

algún otro factor externo. Genera una cadena de eventos y conexiones para que el circuito se complete y nunca pare de girar. Es decir, se crea un producto, al cual se lo acompaña de publicidad para llegar a mayor cantidad de interesados, en otras palabras, se genera demanda. Luego esa demanda influye directamente sobre el usuario para efectuar la compra. Se ha vuelto tan ficticio y elaborado este circuito, que es probable que los consumidores se hayan transformado en víctimas del consumo y la publicidad, y no sean ellos quienes están eligiendo sus productos, sino que es lo que le han puesto frente a sus ojos, siendo partícipes de esta ficción.

La obsesión por la vida del autor y la autoría de las obras, según Campi:

“se ha demostrado poco útil por diversos motivos, entre los que cabe destacar el hecho de que el acto de proyectar es asumido a menudo colectivamente y, por descontado, anónimamente. Tanto los antiguos proyectistas industriales como los actuales diseñadores integrados a equipos de empresas han diseñado espléndidos productos cuya historia no se puede obviar en base al argumento de que no están firmados.” (Campi, 2007).

En cierto modo la cita es correcta, pero no por eso van a desaparecer las obras de diseñadores reconocidos de los museos de arte moderno. Y por más que muchos se encuentren en desacuerdo, es casi evidente que ninguno rechazaría esta jugosa oferta de pasar a formar parte de la historia, y vivir el presente como una estrella de rock, y mucho menos si la mira se posa sobre su trayectoria profesional, reflejada en su producción, que es lo máspreciado que un diseñador tiene.

Campi prosigue con la afirmación, destacando:

“...la ideología del individualismo romántico, a pesar de ser persistente, ya no se sostiene en la actualidad, pues ha sido atacada desde la lingüística, la sociología, el marxismo y la antropología. El diseñador no es un ente socialmente aislado que

funciona con independencia, o incluso en contra, de la sociedad. Bien al contrario, su trabajo se acerca más al del director de orquesta, de cine o de teatro que al del pintor o escultor.”(Campi, 2007).

Esta postura acerca de lo fenómenos descritos, se dirigen hacia una utopía en donde todos los profesionales tienen el mismo derecho a dejar conocer su obra, y ser estudiada y analizada, y no sólo unos pocos. Esto sería claramente más rico para la historia del diseño industrial, pero por alguna razón, todavía es más sencillo elegir a algunos pocos y llevarlos al reconocimiento y la sobrevaloración de sus productos, que analizar las obras de muchos diseñadores que han participado de proyectos igualmente provechosos para la disciplina.

Otl Aicher, propone algo similar en torno a este fenómeno: “El diseño es anónimo por definición, aunque los diseñadores sean célebres y gocen de la misma consideración que los modistos. No es así extraño el que haya grandes diseños de los que no se conocen los nombres de sus autores” (1991, pág.118).

También se puede decir que la libertad creativa está condicionada en la mayoría de los casos por factores técnicos, económicos, estéticos, temporales, etc; pero pareciera que los genios del diseño ligado a la rama artística se escabullen por entre los parámetros y no dejan que esto los afecte demasiado. En general, los aportes de los que hablamos, están de alguna manera proponiendo algo distinto, innovador, pero que tal vez no cumpla con todas las reglas del diseño, su metodología y sus requerimientos. En cierta medida, se les concede la libertad necesaria para que sigan llamando la atención de su público, y que las empresas que los contraten tengan asegurada la comercialización de sus productos.

Pero no sólo los genios reciben estos tratos, sino que también se extiende a las empresas multinacionales que acaparan el mercado de una manera excepcional, y se dotan de recursos técnicos y humanos vitales para llevar a cabo sus negocios. Tienen un

poder enorme para configurar la cultura material de nuestra época, y superan ampliamente la capacidad individual del diseñador, mientras que nadie sabe quién ha participado del desarrollo de sus productos, y la firma no la ponen sus integrantes individualmente, sino que la firma de estos productos es la propia empresa, en casos como MacDonalds, Coca-Cola, Nike o Sony.



#### **4.4 Los museos de diseño.**

Es cada vez más común encontrar objetos de arte mezclados con objetos de producción industrial en los museos modernos. No sólo se ha transformado en un fenómeno recurrente, sino que los objetos han ganado un espacio en ellos gracias a la alta demanda y circulación. Además de ser un negocio en sí, se han transformado en objetos de culto a nivel mundial, y cada vez más son los interesados en aumentar su conocimiento respecto a la industria y su corta historia.

Tal es el caso del Museo De Arte Moderno (MOMA) de Nueva York, Estados Unidos. En éste se encuentran expuestas numerosos objetos concebidos industrialmente por los profesionales más reconocidos, supuestamente bajo la misma metodología proyectual que el resto de los diseñadores convencionales. Sin embargo, estos productos han despertado un fanatismo y una admiración en el público, que remite a los clásicos de la pintura y la escultura, aquellas obras generadas hace años, que han atravesado un largo camino desde su creación, y en varias ocasiones han gratificado a sus autores, después de fallecido.

El MOMA cuenta con un espacio exclusivo de exposición y venta de objetos industriales clásicos y modernos. Funciona como un apéndice del museo, y apunta a un sistema de exposición interdisciplinar y moderno, donde se conjugan piezas de distinto origen.

Los tiempos han cambiado, y con ellos la velocidad con la que se suceden los acontecimientos. Mientras que los artistas plásticos del pasado podían pasar su vida entera en la pobreza y el desprestigio, los artistas y diseñadores de hoy pueden ser automáticamente elevados a la categoría de genialidades, tan sólo por un producto. Los medios de comunicación, la publicidad y los distintos factores de la evolución tecnológica han creado una máquina imparable de promoción y desigualdad.

#### **4.4 Mercado y validación de la obra.**

El mercado y el desarrollo del comercio fueron dos factores que contribuyeron al crecimiento de la industria, su evolución y su relación con la fabricación, tanto de productos industriales como de obras artísticas.

Anteriormente, previo a la instalación del sistema capitalista, las obras de arte tenían un objetivo claro, la iglesia. Ya sea por encargo de los reyes o personas de la iglesia, se desarrollaban obras con temas puramente religiosos, o retratos de figuras contundentes. Se creía que Dios daba el poder a sus allegados, quienes en definitiva se transformaban en los encargados de validar dichas obras, que luego eran instaladas en iglesias y catedrales.

Los museos también formaban parte de la validación de las obras. Desde la antigüedad, estas instituciones, ya sean públicas o privadas, gozaban de cierto prestigio al contar con colecciones, entendidas como conjuntos de objetos e información que reflejaran algún aspecto de la existencia humana o de su entorno. En su momento, algunas personas de la aristocracia de Grecia y Roma ya contaban con colecciones de objetos de culto y obras de arte valiosas, que exponían en sus jardines y mostraban a sus allegados. Más tarde, en el Renacimiento, se crearon los edificios denominados museos, como se entienden hoy en día, donde se exhibían obras de arte y esculturas.

Luego de la Revolución Industrial, con el desarrollo de nuevas maquinarias y técnicas de reproducción en serie, y la consolidación de un mercado nacional, e incluso internacional, se producirían ciertas transformaciones en la compra y venta de productos de todo tipo. Gracias al desarrollo de los medios de transporte, que se transformarían en el conector entre los interesados en poseer bienes como productos, obras de arte, mobiliario y demás; y a la transformación en las cadenas de producción, que minimizaban el tiempo de trabajo y aumentaban la producción, se lograría bajar el costo de los productos manufacturados, y se ampliarían los canales de venta, al igual que los nichos

del mercado. Es decir, ya no se distribuirían los bienes solamente a los sectores más poderosos de la sociedad, económicamente hablando, sino que los sectores medios también se verían interesados en la posesión de estos productos.

La validación de las obras concebidas por artistas, diseñadores y arquitectos ya no dependerían de la iglesia, sino que la demanda del mercado pasaría a gozar de ese poder. El intercambio acordado de bienes y servicios, o mercado, se transformaría en un importante mediador y controlador de calidad de los bienes, de acuerdo al consumo del mismo.

De esta manera se explica, entre otras cosas, como existieron artistas que pasaron del anonimato al reconocimiento absoluto, y a que sus obras llegaran a tener un valor absurdo, inclusive después de su muerte, cuando en vida sus obras habían sido hasta despreciadas. También resulta importante a la hora de entender las modificaciones en el ámbito artístico en términos de la libertad que se adquirió gracias al trabajo de las vanguardias artísticas, en cuanto a la cantidad y calidad de movimientos que se desarrollaron, tan variados y tan característicos.

Hoy en día todo eso ha cambiado, y hasta se ha intensificado. Esto sucede a causa de la globalización como proceso o fenómeno social, tecnológico, cultural y económico; que a grandes rasgos consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo, y permite la unificación de los mercados, las sociedades y sus aspectos culturales. Como el término lo implica, la posibilidad de compartir todas estas consideraciones es la que determina que el mundo se haya globalizado.

Es por esta razón entonces, que el mercado se ha expandido inimaginablemente y ha surgido un nuevo método de transacciones online, denominado web, o red informática mundial. Ésta red, además de contar con una inmensa cantidad de información que viaja

en segundos desde un lado del mundo a otro, ha permitido que el mercado se haya trasladado al mundo de las computadoras.

Lo que se ha generado al trasladar el mercado a la web es realmente impresionante, ya que no solo permite que una persona que habita al otro lado del mundo pueda comprar bienes o contratar servicios sin moverse de su hogar, sino que ha generado un aceleramiento en las etapas de decisión, compra y transporte de los mismos. Con un sistema completamente desarrollado de comunicaciones y transporte, el mundo de ha transformado en un gran mercado global.

Por otra parte, la validación de los objetos de producción ha llegado a resumirse - más allá de que todavía están en funcionamiento los museos, el mercado tradicional y otras cuestiones anteriores – hasta tal punto, que solo basta con un “me gusta” o “no me gusta”, para determinar lo que tiene aceptación, o carece de ella. Hoy todo se traduce a un instante.

## **Capítulo 5. Propuesta de diseño – aporte personal**

Este capítulo representa el resultado de la investigación, la traducción de todos los conceptos generados a partir del estudio de la relación arte-diseño. Propone resumir todos los aspectos considerados en el desarrollo de los capítulos anteriores para la comprensión de lo redactado.

Además de definir cuáles son las tendencias o corrientes de diseño actuales que sostienen que esta relación todavía es significativa, y nunca dejó de serlo, se clasificarán según su vinculación con el campo artístico. De esta manera se medirán los niveles de influencia que el arte ha dejado como legado en el diseño, más allá de su autonomía teórica en el presente.

Se intentará representar los contenidos en la producción de un objeto que es, en fin, el producto de la disciplina diseño. Se definirán las premisas sobre las cuáles se debe generar el producto, al igual que su aporte en la justificación de lo planteado. Servirá para clarificar los objetivos alcanzados de una manera gráfica, y desarrollado profundamente sobre lo escrito.

## 5.1 Corrientes de diseño actuales.

Existen muchos diseñadores industriales consagrados por sus productos, y en la mayoría de los casos es posible determinar que ese reconocimiento en los productos se produce a pesar, y esto es esencial, de no corresponderse con los criterios técnicos de diseño industrial propiamente dicho.

La capacidad y posibilidad de expresión y creación se ha liberado en las últimas décadas, gracias a la globalización y la cantidad de elementos culturales y sociales disponibles. Esto afecta de manera directa a los profesionales de las disciplinas creativas, en particular, ya que se crean simultáneas tendencias en el campo laboral, las cuáles es imprescindible al menos conocer, si es que no se toma la decisión de incorporarlas o participar.

En cuanto a la evolución y desarrollo del diseño, en este enfoque de vinculación con el arte en particular, surgen por lo menos tres corrientes con características particulares dentro de la industria. Cada una de ellas toma recursos disponibles para generar productos industrializados, respetando un criterio conceptual que la caracteriza y le da forma, por sobre las demás.

Estas tres corrientes podrían ser consideradas de la siguiente forma:

- el diseño técnico o de “hiperproductos”.
- el *diseño artístico* o de “*metaproducto*”.
- el diseño equilibrado o “diseño plástico”.

### **5.1.1 Corriente técnica-productiva o de “hiperproductos”.**

El diseño técnico o de los hiperproductos es rígido, dependiente de los avances tecnológicos y sus recursos, donde se valora la funcionalidad exclusivamente.

Genera productos desarrollado a partir de la optimización de los recursos industriales, el aprovechamiento de materiales, y recurre al racionalismo, en el cual la forma del producto está dada principalmente por su función. Se podría decir que está vinculada a los principios de la primera escuela de diseño alemana, La Bauhaus, quienes aprovechaban los recursos de la época al máximo para generar productos optimizados, que respondieran a su función, de manera tal que su forma y su estética estuviera determinada por la materialidad y la productividad.

Hoy en día, en la actualidad, un ejemplo claro de este racionalismo técnico-productivo está representado por la empresa Apple. Su creador, Steve Jobs, sentó las bases de lo que significa hoy en día, el diseño racional por excelencia. Su esencia radica en la utilización de formas puras, y la resolución en un alto grado de detalle. Ha gestado productos de gran reconocimiento, por lo que se la considera una de las empresas icono del diseño mundial.

Utilizan materiales de alta calidad adaptables a numerosos procesos tecnológicos, piezas muy complejas concebidas industrialmente. Utilizan colores básicos para darle vida a sus productos, sobre todo colores neutros como el blanco y el negro. Su forma está dada de acuerdo a la optimización en su utilidad, es decir, la forma sigue a la función.



Figura 01: Apple IPAD

Fuente: <http://www.apple.com/ipad/>

El Apple Ipad es uno de sus productos más reconocidos, en donde se reflejan todas las cuestiones desarrolladas en los párrafos anteriores. Pertenece a una colección de productos, pensados y fabricados con todo el poder de la tecnología, y responde principalmente a una tendencia estricta del diseño industrial, que avanza sobre fundamentos de carácter racionalista y los últimos avances de la micro tecnología, cuestión que les permite estar siempre un paso delante de sus competidores.



### 5.1.2 Corriente de diseño artístico o de “metaproductos”.

El *diseño artístico o de “metaproducto”*, se caracteriza por la generación de productos que se introducen en el campo artístico, donde no existen los límites a la hora de proyectar. En este caso se valora el mensaje simbólico o social por sobre lo funcional.

En esta corriente, la forma del producto responde a una inquietud del creador, tal como sucede en el campo de creación propio del arte, y trabaja directamente sobre los aspectos estético-simbólicos de los objetos. Generalmente apunta a compartir un mensaje de carácter social, tal como si fuera una pieza de arte.

Los recursos de la industria, en este caso, permiten que el producto se desarrolle de forma seriada, pero pueden estar reemplazados por procesos pura y exclusivamente artesanales. Los materiales, de la misma forma, son seleccionados para reforzar el mensaje social que éste quiera exponer.

La funcionalidad del producto queda a criterio de su creador, pero puede verse disminuida si así se lo desea. En efecto, no es el punto principal sobre el cual se dispone el creador a trabajar, sino sobre la simbología.

Esta corriente o tendencia actual de diseño está conformada principalmente por diseñadores ya instalados y reconocidos en el mercado, y está justamente alimentado por el mismo, y por empresas que apoyan económicamente este tipo de intervenciones artísticas por parte de los mismos.

Un ejemplo destacado es el diseñador israelí Ron arad, profesional que ha cursado carreras de distinta índole. Tiene estudios en arte, arquitectura y diseño, y se ha convertido en una estrella del diseño gracias a la originalidad y la innovación de sus obras-objetos. Se interiorizó en los rubros de diseño de mobiliario e iluminación.



Figura 02: Ron Arad – Silla “The Big Easy”

Fuente: <http://www.apple.com/ipad/>

Esta silla de características fantásticas indudablemente no responde a los parámetros de funcionalidad y optimización de recursos establecidos por la disciplina del diseño, pero sin embargo ha generado un amplio revuelo en el ámbito. Es justamente por estos productos estrechamente vinculados a la disciplina artística que su nombre se ha instalado en el mercado, y hoy es considerado para desarrollar trabajos para empresas de gran renombre.

Si bien es un producto concebido para la industrialización, y reproducible a gran escala, su funcionalidad está muy comprometida por su forma. Sin embargo, está dotado de otras características que lo transforman en un producto con una fuerza simbólica notable, y un sólido poder de expresión.

### **5.1.3 Corriente de diseño equilibrado o diseño “plástico”.**

El diseño equilibrado o “diseño plástico”, corriente donde se toman recursos de otros ámbitos y se traducen a la proyección y la industrialización de objetos de uso. Se valoran en esta corriente, el aspecto semántico de un producto, sin descuidar los factores y las características funcionales y tecnológicas industriales.

Si bien se utilizan recursos industriales para generar y desarrollar los objetos de uso diario, también se hace referencia hacia al aspecto estético-simbólico. Se busca en esta instancia, el aporte o el valor agregado a un producto puramente funcional, que represente al mundo en el que vivimos, en todo sentido. Si bien es sabido que se han producido grandes avances tecnológicos, también se debe considerar que debido a estos avances, la mayoría de los productos ya están resueltos al nivel productivo –abarca mecanismos, sistemas, ergonomía, entre otros – y los productos deberían representar más que una simple función. De hecho, parte del proceso de diseño consiste en dotar al producto de una nueva imagen, de la innovación formal, de la implementación de recursos novedosos, y de la unificación de distinta información en la lectura de un sólo objeto como producto final de un proceso que abarca distintas etapas.

La implementación de recursos tanto industriales como artesanales, la propia expresión del producto, el desarrollo conceptual, el mensaje social y la calidad estética de estas piezas forman parte del extenso repertorio con el que, el diseñador actual, cuenta a la hora de generar propuestas innovadoras. Éstas provocan, además de promover la correcta funcionalidad y fabricación de un producto, la generación de un sentimiento por parte del usuario.

Como los representantes de esta corriente, podría citarse a los hermanos Fernando y Humberto Campana, un arquitecto y un abogado brasileños, que son actualmente los diseñadores más reconocidos de América Latina. A pesar de no haberse vinculado universitariamente con la disciplina del diseño en particular, se dedicaron a

proyectar objetos con una sensibilidad notable, que los ha ascendido al podio en poco tiempo. Son piezas fundamentales para comprender los límites del diseño, y por sobre todas las cosas, que éstos límites son propios de cada individuo que se dispone a ejercer cualquier disciplina creativa, pero que no determinan el valor ni la calidad de una producción que no queda encasillada en ellos.

Sus productos son comercializados por firmas de Europa y el resto del mundo. A pesar de no ser objetos que encajan en las definiciones más rígidas del diseño, las más técnicas, poseen ese toque de fantasía que los caracterizan y los ligan al mundo artístico.

Una de sus innovadoras creaciones es Vermelha, la silla producida por la firma italiana Edra, compuesta por 500 metros de cuerda roja enredada a mano, sobre una estructura metálica tubular. Este producto conjuga perfectamente los recursos industriales, ya que la estructura tubular representa a la tecnología, y el trabajo conceptual que roza lo artístico, mediante el cual se genera la zona de asiento. Si bien el proceso de fabricación es en gran parte artesanal y no representa a la industria del siglo XXI, esta silla se ha convertido en un suceso de gran renombre y comercialización mundial gracias al apoyo de la firma italiana.



Figura 3: Silla Vermelha – Hermanos Campana.

Fuente: <http://campanas.com.br/>

Desde el punto de vista estético, y de generación a partir de sobrantes de distintos tejidos (fieltro, alpaca, lana, gamuza, etc), éstos objetos son realmente impactantes. Los círculos de colores generados a partir de una simple operación como es enrollar un trozo de tela, recuerdan de alguna manera los círculos concéntricos de Kandinsky, y le aporta un sustento semántico que engrandece la pieza, traduciendo un fragmento de la historia a un lenguaje contemporáneo. También transmite un mensaje de concientización acerca del re-uso de materiales que han sido descartados.

Sushi es una edición limitada de mesas, sillas, butacas, banquetas y sillones. Con distintos diseños, de colores explosivos y ligeramente similares entre sí, cada una de estas piezas es única, con materiales y cuidados artesanales.



Figura 4: Sushi – Hermanos Campana

Fuente: <http://campanas.com.br/>

No es dato menor, que contando con todos estos elementos para encarar la tarea de diseñar, se pueda llegar a resultados que sorprenden, que entretienen, que promueven la utilización e impactan en el aspecto psíquico del usuario. La idea de hacer productos que estremezcan todos los sentidos es, sin duda, un giro en la actualidad de la disciplina, y una apuesta hacia el futuro. El simple hecho de plantear un desarrollo conceptual como ejercicio cotidiano en el ámbito de diseño, antes de comenzar a desarrollar propuestas, es una herramienta que no se debe desperdiciar ni dejar de lado. Las variables son infinitas, y se puede hacer referencia a muchos aspectos que están detrás de la cara visible del producto de uso.

## 5.2 Origen de la propuesta.

Es casi inmediato, luego de haber profundizado tanto sobre la relación del diseño industrial con el mundo artístico, junto con las consecuencias y la influencia que éste último ha ejercido y todavía ejerce sobre nuestra profesión; sugerir un tema para elaborar la contribución personal a modo de proyecto de diseño.

Si bien hay muchos factores que se destacan en esta relación a lo largo de la historia, a medida que se va resolviendo o clarificando, aparece un factor que prevalece sobre los demás, y es el de el aspecto estético simbólico de los productos el que intenta unir de alguna forma estas dos disciplinas. Esto genera una división interna en el diseño industrial, entre las que se encuentran el diseño técnico o de los “hiperproductos”, rígido, dependiente de los avances tecnológicos y sus recursos; y rama contraria, el *diseño artístico o de “metaproducto”*, donde los productos limitan con el campo artístico, y no existen los límites a la hora de proyectar.

La intención de este proyecto es transitar por el camino del equilibrio, tomando recursos del campo artístico y su esencia, y traducirlos a los procesos industriales. La idea es generar un producto dotado de una carga estética y simbólica, sin descuidar lo funcional y lo técnico. Un producto que resuelva necesidades físicas y tecnológicas, pero que responda al aspecto psíquico del usuario, con el objetivo de despertar un sentimiento o promover un mensaje social que haga reflexionar a los usuarios.

En un mundo globalizado, donde las oportunidades se multiplican a diario, y todas las posibilidades están al alcance de la industria, el producto de su creación debería ser algo más que un conjunto de reglas y especificaciones técnicas, el producto debe invitar al usuario a utilizarlo, sentirlo, deseárselo y despertar sentimientos que superen la conformidad y la aceptación.

### **5.3 Premisas**

De acuerdo a lo acontecido en la historia, principalmente luego de la revolución industrial, artistas y artesanos se vieron incentivados a interactuar con el producto de la misma. El empleo de los recursos industriales sirvió a muchos productos, entre los que podemos mencionar: vajilla, objetos de decoración, artículos de moda, etc. Sin embargo, no hay otro rubro que supere el de mobiliario, si de interacción entre los recursos artísticos e industriales se discute.

Es por esto que el producto a desarrollar debería ser, casi obligatoriamente, alguna pieza u objeto de carácter mobiliario. Este producto deberá representar el trabajo realizado durante el desarrollo de este proyecto, complementando los conocimientos y justificando el accionar con respecto a las reflexiones hechas a partir del mismo.

La utilización de recursos, materiales, procesos y demás, deberá seguir una lógica con respecto a lo planteado, y será fundamental para comprender lo investigado. El producto deberá cumplir ciertas cuestiones que realcen su significado y los motivos de su elección y desarrollo.



#### 5.4 Propuesta: Producto

La propuesta está basada en elementos que dotan al producto de una carga estético-simbólica o semántica, que lo conectan de alguna forma con los principios del mundo artístico, o mejor dicho, con la corriente de “*diseño plástico*”. La plasticidad y la diversidad de materiales involucrados en este producto son justamente las cualidades que lo hacen pertenecer a esta clasificación, y le dan carácter.

La idea de la pluralidad y diversidad que ofrece la industria, para satisfacer las necesidades de los usuarios, con respecto a recursos tecnológicos y la aplicación de materiales variados está representada, o más bien, magnificada, en esta silla diseñada en este capítulo final. Si de alguna manera esto escapa a nuestros ojos ya que no lo vemos representado en un sólo producto, esta silla lo manifiesta, lo acentúa.



Figura 5. Silla propuesta para caracterizar el *diseño plástico*.

Fuente: Producción personal.

Que pueda estar encasillada dentro de la rama del plasticismo industrial, no quiere decir que no se pueda producir. La idea del producto es que sea medible, que se pueda documentar, para su posterior fabricación, respetando uno de los mandamientos del diseño industrial. Las piezas están diseñadas, junto con sus vinculaciones, y cumplen con los requisitos de una pieza industrial, como para que la producción pueda ser llevada a cabo sin inconvenientes, repetidas veces.



Figura 6. Variantes del producto.

Fuente: Producción personal.

Cumple su función específica como silla, que es la de permitir que un individuo se siente en ella. Pero más allá de su función principal, utiliza una extensa cantidad de materiales que generan infinitas combinaciones de colores y favorecen la individualización del producto a cada usuario, quién dispone de la selección de piezas que conformarán su producto. Este es un aspecto en el que se ha estado trabajando, durante la última década sobre todo, como un factor de valor agregado al producto diseñado.

En cuanto a la estética del producto, ésta es el resultado directo de la selección de los materiales, y está relacionada al impacto o el sentimiento que puede crear en el usuario al ser él mismo el encargado de configurar su propia pieza. Las combinaciones de colores y texturas refieren a la multiplicidad que ha logrado la industria a lo largo de su evolución, casi comparable con el grado de variantes que presenta la misma naturaleza en su estado puro.

El desarrollo conceptual del producto sostiene la investigación realizada, y es una de las bases del producto. No sólo se valora el resultado final, sino que el desarrollo de la simbología y el concepto del producto son fundamentales para cumplir con los objetivos propuestos. Conceptualmente, esta silla transmite algo que pocos otros productos pueden lograr, y es justamente que no habrá una silla igual a la otra, sino que todas pueden ser distintas.

## 5.5 Detalles del producto.

Esta silla tiene la particularidad de estar vinculada a varios procesos tecnológicos, ya que cada pieza de la silla necesita de un proceso específico de acuerdo al material del cual está hecho. Las piezas que se desarrollan mediante procesos industriales específicos, como la inyección plástica o la fundición, tendrán un grado de precisión alto, y servirán para soportar y vincular las piezas restantes. Éstas últimas estarán fabricadas mediante procesos de carácter artesanal, por lo cual el grado de precisión no será el mismo, como tampoco el tiempo de producción. Claro que este punto está considerado, ya que las piezas desarrolladas mediante los procesos industrializados complejos absorben esta diferencia de tiempos, asegurando la reproducción continua del producto.

La implementación de varias técnicas de producción son las que permiten desarrollar una pieza genérica, que podrá tomar distintas materialidades y colores. Al plantear el asiento conformado por cinco piezas modulares, se proyecta una serie de combinaciones visuales considerablemente amplia.

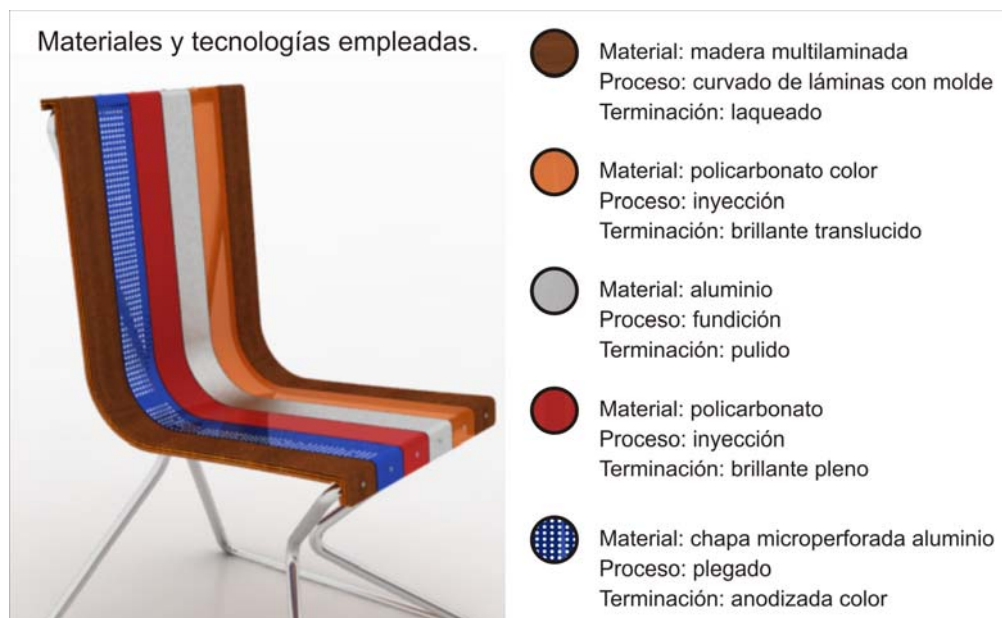


Figura 7. Materiales y tecnologías aplicadas.

Fuente: Producción personal.

La estructura de la silla se conforma por caños plegados y encastrados entre sí, unificados mediante remaches. Los pliegues de la estructura están cuidadosamente planteados para asegurar la estabilidad de la silla, ya que son los encargados de aportar rigidez a la misma, mientras que terminan de darle carácter particular al producto. El proceso de plegado de caños es simple, desarrollado con la ayuda de una máquina según el plano presentado, una vez que las curvas están definidas.



Figura 8. Vista de estructura metálica.

Fuente: Producción personal.

La vinculación de la estructura con las costillas de la silla que generan el asiento se produce a través de remaches igualmente, generando un vínculo sólido, que muestre cómo está hecho, que se perciba y que se entienda.

Se genera un detalle sobre la base de la silla, para que ésta no entre en contacto directo con el suelo. Esta es una consideración propia del diseño industrial, que busca

que la utilización esté optimizada, mediante la solución de posibles inconvenientes. Estas piezas varían su producción según la cantidad que haya que fabricar. Si el número necesario es bajo, es factible el proceso de torneado, que posee características más cercanas a lo artesanal por ser un trabajo operativo manual. Si en cambio, la escala de producción es sustancialmente mayor, al ser una pieza chica que se repite 4 veces por cada unidad de silla fabricada, habría que optar por un proceso como la inyección de aluminio.

## **Conclusiones.**

La vinculación en términos de influencia entre el diseño y el arte, es aún hoy, innegable. El diseño está no sólo influenciado por distintos factores provenientes del legado artístico, que históricamente ha aparecido varios siglos antes, sino que actualmente comparten ciertas consideraciones generales con respecto a las condiciones sociales y políticas en el mundo, propios del sistema capitalista y de los avances tecnológicos, que impactan de igual manera en ambas disciplinas, e inclusive entre otras también.

Hay quienes opinan que el diseño es fruto o producto de una división técnica del trabajo estético especializado, que surgió en respuesta a la necesidad de introducir recursos estéticos en los productos industriales. Sin ir más lejos, los propios artistas de la época de la revolución industrial fueron los primeros en responder a estos acontecimientos, con la intención de llevar el arte a los objetos de la vida cotidiana mediante la producción en serie.

Otros, por el contrario, parecen negar estos precedentes e intentan sugerir que el diseño surgió a partir de dicha revolución, conjugado con el avance de la ciencia, y que desde ese entonces se ha desprendido del arte inmediatamente, siendo una disciplina autónoma y desde los inicios comandada por especialistas en diseño. Esto es ciertamente debatible, ya que es evidente que un proceso de estas características no es inmediato, ni evoluciona de tal manera sin recibir influencias de ningún tipo. Todo está relacionado entre sí, y este factor impacta de igual manera en las relaciones interdisciplinarias.

Luego de haber intervenido el tema desde la investigación, y haber profundizado a nivel reflexivo sobre las cualidades de cada una de las disciplinas, se pueden entender la similitud, la conexión y las variables establecidas. Si bien son disciplinas que intentan ser autónomas, existe un espacio donde se pueden vincular libremente y su producto es

altamente valorado por la población, los medios de comunicación y los especialistas de ambos mundos, el artístico y el de diseño. En otras palabras, se genera varias ramificaciones donde los especialistas de cada profesión pueden transitar si lo desean, donde los diseñadores pueden liberarse y conectarse con otra perspectiva de los objetos, y los artistas pueden utilizar recursos de la industria para sus necesidades. Después de todo, el mundo contemporáneo refleja hoy en día, que nada está prohibido, que las posibilidades son infinitas, y que una manera de destacarse por sobre el resto es aprovechar estos recursos para generar algo personal, propio.

El *Diseño Plástico* aparece hoy como una de las alternativas al diseño técnico, aquel donde rigen todas las rigurosas reglas técnicas, ligadas a la optimización de recursos, la forma exclusivamente delimitada por la función, entre otros; y donde prima la relación entre la productividad y la economía. Aquí no debe haber desperdicio, se debe crear un modelo de producto que tenga el menor costo posible, para que el margen de ganancias, cuando el producto salga al mercado, sea el mayor posible. Esto es lo que declarará al producto exitoso o defectuoso.

En contrapartida, la liberación del diseñador en el *diseño plástico* le permite concentrarse en otras cuestiones que son iguales o más importantes, fuera del modelo económico, en términos de productividad. El producto debe, al igual que una obra de arte, expresar o llevar un significado, una simbología, debe sugerir algún mensaje de carácter social, que intervenga de alguna forma en la reflexión de la población, de sus usuarios, o simplemente cree sensaciones.

Si se tradujeran o reflejaran estas cualidades en un gráfico, podríamos ver que el *diseño plástico* es el equilibrio entre el arte y el diseño técnico o riguroso. Por ejemplo, la función del arte es más bien social, de generar un mensaje o exponer una crítica, desde el punto de vista del creador, mientras que la función del diseño industrial técnico reside en la solución de un problema más bien productivo en torno a la reproducción, o con



respecto a la vinculación del individuo frente a ese producto, podríamos decir corporal o ergonómica. El *diseño plástico*, en cambio, intenta expresarse socialmente, llevar un mensaje que induzca a la reflexión, que active los sentimientos del usuario, mientras que la función ergonómica estará resuelta pero sin grandes compromisos, o por lo menos no será el foco de atención primario, sino una consideración que tenga igual peso que las demás establecidas.

Lo mismo sucede con respecto a la materialización de los productos. Una obra de arte es materializada de la forma que mejor muestre lo que quiere expresar, con un fin estético o con la intención de intensificar el mensaje que se propone; mientras que el diseño técnico elegirá el material que mejor cumpla su función, ya sea de una resolución técnica como por ejemplo el esfuerzo que tenga que soportar una pieza, procurando que sea lo más económica y fácil de reproducir posible. El *diseño plástico*, en este caso, utiliza los recursos de la industria para desarrollar el producto, procurando que sea medible, que se pueda reproducir industrialmente, pero que a su vez represente firmemente la intención que se le quiera dar, desprendiéndose de las cuestiones económicas y técnicas con respecto a la optimización absoluta de recursos.

Este último punto está ligado al método de producción, que para el diseño es industrial, y para el arte, en la mayoría de los casos, está resuelto de manera artesanal. Un producto con cualidades plásticas puede combinar técnicas industriales y artesanales para la reproducción. Esto incide también en la cantidad de producción, que es limitada para el mundo artístico, pero ilimitada para el mundo técnico, en donde la producción puede alcanzar los millones de unidades, dado que su proceso de fabricación está regulado y optimizado para ser infinito. La producción en el *diseño plástico* es generalmente limitada, y ésta limitación se debe a la complejidad y al costo de producción, al no estar optimizado hacia la fabricación, sino hacia el mensaje social que propone, y al estar orientado hacia un público más acotado, que pueda pagarlo, o

considerar que este excedente en el precio se refiere a un trabajo social de carácter simbólico que desempeña el profesional. Tal es el caso de la “Silla Vermelha” (figura 09, página 68), de los hermanos Campana, que combinan la utilización de recursos industriales con otros de carácter artesanal para materializarla. Claro está, que no es la forma más sencilla de producción, ni está optimizada, y tal vez ni siquiera responda a la función del producto. Sin embargo, la han transformado en un producto interesante, dotado de personalidad, sentimientos, que es fabricado y comercializado por una de las firmas italianas más reconocidas mundialmente en materia de diseño industrial.

Otra característica que acerca el *diseño plástico* al mundo artístico es la firma de los autores de sus obras. El *diseño plástico* surge muchas veces de una inquietud propia del diseñador, de las ganas de generar una reflexión en la sociedad, de proponer un mensaje que incentive al usuario a pensar, o simplemente a utilizarlo. Por el contrario, un encargo de diseño industrial técnico surge desde empresas, o particulares, que ven la veta económica en la modificación de un aspecto de un producto que necesita ser resuelto o mejorado. El éxito del proyecto dependerá entonces del margen de ganancia que éste proceso le deje, de cobrar por el desarrollo del mismo. Si no es rentable, entonces no será un buen negocio. Muchos de los productos plásticos de diseño provienen de profesionales ya consagrados, que gracias a su trayectoria en la industria pueden darse el lujo de diseñar desde otra perspectiva, desarrollando otra faceta del diseño, además de la resolución técnica de un inconveniente.

En cuanto al desarrollo conceptual de los productos, existe una independencia. El arte mide la calidad de un trabajo por su resultado final, sin detenerse en el desarrollo conceptual del artista ni el proceso de fabricación de la obra. El diseño técnico, por su parte, se enfoca en el desarrollo para llegar a la optimización de recursos, ya sea materiales, tecnológicos o económicos; para obtener un producto de infinita reproducción, fácil de armar, de trasladar, de embalar, y de comercializar. El desarrollo conceptual es

fundamental en el *diseño plástico*, y uno de los ejes por los cuales se debe transitar para llegar a buen puerto. Busca la generación de un producto distinto, comunicador, dotado de sentimiento, pero a su vez alineado con la industria.

En la actualidad, se sigue sugiriendo que el diseño nada tiene que ver con el arte, que por su parte también ha evolucionado y se ha modificado. Se han escrito centenares de hojas al respecto, y se ha generado un nudo difícil de desatar en torno a ésta polémica, pero en ningún caso parece llegarse a un acuerdo, ya que las opiniones siguen siendo variadas, y sostenidas a su vez por distintos críticos y estudiosos del tema. En definitiva, no es fundamental saber si el diseño es arte, o si será considerado como arte en un futuro no muy lejano, cosa que es potencialmente probable; sino que deberíamos direccionar los esfuerzos hacia lo que cada disciplina encuentra similar o motivadora de la otra, y cómo le sirve para continuar su crecimiento y evolución, en un mundo donde todo está sucediendo demasiado rápido, y ya no hay tiempo para disfrutar las cosas, sino para hacerlas.

De esta forma, la existencia de una ramificación del diseño que se focalice no sólo en los procesos productivos, y la solución de problemáticas ligadas a las cuestiones funcionales específicas, sino a la promoción de un mensaje cultural o valor agregado gracias a su desarrollo conceptual, es de gran valor. El *diseño plástico* no sólo despierta sentimientos en los usuarios, sino que contribuye a la mejora de la calidad de vida, le otorga riqueza a una disciplina mundial que está desarrollándose a gran escala y velocidad. Partiendo desde la base que los productos han sido investigados y ya se han solucionado una gran parte de sus cuestiones técnicas, por ejemplo, en cuestiones de mecanismos, funciones específicas y demás; el diseño deberá encargarse, en un futuro, de ampliar su contribución hacia la sociedad y enriquecer otros aspectos de los objetos de uso ligados al sistema capitalista y a la comercialización, no trata de llenar.

La diversidad a la que se encamina el diseño para el desarrollo de todo lo que se toca, se ve, y se usa; es propia de una disciplina que ha tomado un papel central en el repertorio de la actualidad. Que existan ramificaciones alternativas en la materia, por las cuales sus profesionales pueden circular según sus conocimientos, sus anhelos y sus convicciones, habla de una disciplina que ha logrado una complejidad notable.

En definitiva, cada persona es libre de crear su camino, de decidir en base a sus convicciones con respecto a la innumerable cantidad de ofertas y situaciones que se generan frente a uno. Lo importante es y seguirá siendo, aunque muchas veces parezca que se ha perdido la batalla, encontrar la felicidad y la pasión en lo que se hace, liberando al alma en cada proyecto, y volviendo a comenzar luego de situaciones críticas con respecto a los tiempos que corren. La clave radica entonces en no abandonar lo que a un individuo lo llena y lo caracteriza, prevaleciendo por sobre lo que lo limita y atemoriza. Solo así un individuo podrá superarse a sí mismo, y transitar por la vía del éxito.

### **Lista de referencia bibliográfica.**

ACHA, J. (1988) Introducción a la teoría de los diseños. (Editorial Trillas, S.A. de C.V., México, 1990)

AICHER, O. (1991) El mundo como proyecto. (Ediciones G. Gili S.A. de C.V., México, 1994)

BAYER, R. (1965). Historia de la Estética. (Fondo de Cultura Económica, México)

BÜRDEK, B. (1994) Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial.

(Editorial G. Gili, S.A., Barcelona, 1994)

CAMPI, I. (2007) La idea y la materia. (Editorial G. Gili, SL, Barcelona, 2007)

LÖBACH, B. (1976) Diseño Industrial. (Editorial G. Gili, S.A., Barcelona, 1981)

LOOS, A. (1908) Ornamento y delito (Escritos)

MALDONADO, T. (1977) Diseño industrial reconsiderado.

MEGGS, P. (1991). Historia del Diseño Gráfico. (México: Editorial Trillas)

MOSQUERA, G. (1989). El Diseño se Originó en Octubre. (Editorial Arte y Literatura, Ciudad de la Habana, Cuba.)

MUNARI, B. (1968) El arte como oficio. (Barcelona, Editorial Labor)

PEVSNER, N. (1983). Estudios sobre Arte, Arquitectura y Diseño. (Barcelona, España: Gustavo Gili.)

## **Bibliografía.**

ACHA, J. (1988) Introducción a la teoría de los diseños. (Editorial Trillas, S.A. de C.V., México, 1990)

AICHER, O. (1991) El mundo como proyecto. (Ediciones G. Gili S.A. de C.V., México, 1994)

BÜRDEK, B. (1994) Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial.

(Editorial G. Gili, S.A., Barcelona, 1994)

BAYER, R. (1965). Historia de la Estética. (Fondo de Cultura Económica, México)

CAMPI, I. (2007) La idea y la materia. (Editorial G. Gili S.A., Barcelona, 2007)

LÖBACH, B. (1976) Diseño Industrial. (Editorial G. Gili S.A., Barcelona, 1981)

LOOS, A. (1908) Ornamento y delito (Escritos)

MALDONADO, T. (1977) Diseño industrial reconsiderado. (Editorial G. Gili, Barcelona, 1993).

MOSQUERA, G. (1989). El Diseño se Originó en Octubre. (Editorial Arte y Literatura, Ciudad de la Habana, Cuba.)

MEGGS, P. (1991). Historia del Diseño Gráfico. (México: Editorial Trillas)

MUNARI, B. (1968) El arte como oficio. (Barcelona, Editorial Labor)

PEVSNER, N. (1983). Estudios sobre Arte, Arquitectura y Diseño. (Barcelona, España: Gustavo Gili.)

PEVSNER, N. (2000) Pioneros del Diseño Moderno. (Barcelona, España: G. Gili.)

SELLE, G. (1973) Ideología y utopía del diseño. (Barcelona, España: Gustavo Gili.)